

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА
КАФЕДРА ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**Економічне обґрунтування заходів підвищення прибутковості
підприємств харчової промисловості**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти “магістр”

Виконав: студентка 2М курсу 271 групи
Спеціальності 051 Економіка
Освітньо-професійної (наукової)
програми Економіка
Прудська Анна

Керівник д.е.н. доцентка Мельникова
К.В.
Рецензент д.е.н. професорка Ушкаренко
Ю.В.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»	7
1.2. Класифікація видів прибутку та рентабельності.....	12
1.3. Методи планування та принципи розподілу прибутку на підприємстві	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»	31
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та особливості його розвитку.....	31
2.2. Діагностика зовнішнього середовища ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»	36
2.3. Оцінка прибутковості ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» та чинників його розвитку.....	43
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»	54
3.1. Шляхи підвищення ефективності розподілу прибутку ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат».....	54
3.2. Заходи щодо підвищення рівня прибутковості діяльності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат».....	56
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	71
Додаток А	72
Додаток Б.....	73
Додаток В	76

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах сучасної ринкової економіки прибуток, як найвідоміша з давніх часів категорія, отримав новий зміст, ставши основою формування реальної самостійності підприємств як суб'єктів господарювання.

Прибуток як головна рушійна сила економічної системи забезпечує інтереси держави, власників підприємств та окремих працівників. Прибуток є одним з найголовніших стимулів до створення нових або розвитку вже діючих підприємств. Бажання одержання більш високого прибутку спонукає суб'єкти господарювання до пошуків більш ефективних способів використання ресурсів, винаходження нових послуг, які можуть викликати попит, застосовування організаційних й технічних винаходів, що можуть підвищити ефективність виробництва і реалізації товарів та послуг.

Зростання прибутку підприємств, значною мірою, впливає на темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення. Виходячи із цього, увага кожного керівника все більше зосереджена на обсягах отриманого прибутку та показниках прибутковості підприємства. Тому для формування оптимального рівня прибутковості для керівників підприємств необхідно ретельно досліджувати зміст та сутність цього поняття у прийнятті продуманих управлінських рішень щодо її підвищення.

Вагомий внесок у дослідження економічної сутності прибутку, визначення джерел його походження, методі аналізу зробили такі вчені-економісти, як Ф. Найт [24], Дж. Хікс [32] Й. Шумпетер [27] та ін. В сучасних умовах цьому питанню продовжує приділяти першочергову увагу значна частина вітчизняних та зарубіжних економістів. Зокрема серед них: Р. Р. Антонюк [2], І. А. Бланк [5], Н. І. Верхоглядова [9], М.

Ф. Огійчук [26], Т. В. Осипова [27], О. В. Шляга [37], О.Є. Ширягіна [36] т.д.

Роботи цих та інших авторів, що займаються питаннями економіки, аналізом господарської діяльності, управлінням прибутком і ефективним виробництвом, були опрацьовані під час написання роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Магістерське дослідження виконано в межах наукової теми кафедри економіки, менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету «Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможного розвитку підприємств регіону» (номер державної реєстрації 0117U003286).

Метою наукового дослідження є вивчення теоретичних та методичних положень формування й аналізу прибутковості як економічної категорії та основного елемента ефективності діяльності підприємства, її значення у фінансово-господарській діяльності підприємства, аналіз прибутку та рентабельності підприємства, а також виявлення наявних резервів їх зростання.

Відповідно до мети дослідження в науковій роботі поставлені і вирішені такі основні **завдання**:

- 1) дослідити сутність та основні підходи до визначення поняття прибутковості підприємства;
- 2) дослідити класифікаційні ознаки видів прибутку та рентабельності;
- 3) з'ясувати основні методи планування та принципи розподілу прибутку на підприємстві;
- 4) надати загальну організаційно-економічну характеристику ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»;
- 5) зробити аналіз зовнішнього середовища підприємства;

б) розрахувати показники прибутковості на прикладі ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат», провести факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства;

7) проаналізувати можливі шляхи підвищення ефективності розподілу прибутку підприємства;

7) розробити заходи щодо підвищення прибутковості ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат».

Об'єктом дослідження є процес підвищення рівня прибутковості ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат».

Предметом дослідження виступають теоретичні та практичні аспекти системи показників прибутковості діяльності підприємства та напрямки їх підвищення.

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи було використано загальнонаукові методи дослідження – аналітичний та синтетичний, абстрактний, дедуктивний та індуктивний. Також були використані такі формалізовані та неформалізовані прийоми та методи фінансового аналізу: горизонтальний аналіз, факторний аналіз, системи показників (коефіцієнтів), аналітичні таблиці та порівняння.

Інформаційною базою дослідження були: наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правові акти України, наукові статті, навчальні посібники, статистичні дані фінансової звітності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат».

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні комплексної методики аналізу прибутковості підприємства, яка передбачає аналіз фінансових результатів підприємства за усіма видами його діяльності; аналіз процесу формування доходів та наявних витрат; аналіз показників рентабельності. А також у формуванні заходів щодо підвищення рівня прибутковості діяльності хлібопекарського підприємства.

Практичне значення наукової роботи полягає в можливості використання отриманих результатів безпосередньо у практичній роботі ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати наукового дослідження були оприлюднені на V Міжнародній науково – практичній конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти» (м. Херсон, 2020 р.).

Логіка дослідження зумовила таку **структуру наукової роботи**: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (40 найменувань) та додатки. Робота містить 10 таблиць та 3 рисунки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»

В умовах сучасності для того, щоб можна було забезпечити працездатність підприємства, необхідно вміти оцінювати реальний фінансовий стан не тільки власного підприємства, а й існуючих або потенційних конкурентів. Так особливо важливе значення набуває своєчасний та якісний аналіз фінансово-господарської діяльності.

Одним із головних завдань української економіки на сьогодні є відновлення роботи підприємств, що значно постраждали внаслідок негативних явищ, які мали місце у вітчизняній економіці протягом останніх років. Основний фактор, який свідчить про стан компанії та є основою для подальшої ефективної роботи підприємства - це прибутковість. Саме прибутковість в умовах ринкової економіки стає головною метою та потужним стимулом діяльності підприємства.

Слід зазначити, що не дивлячись на важливість цієї категорії, до цього часу відсутній єдиний підхід до визначення економічної сутності прибутковості. Усі автори по-різному трактують це поняття, розглядаючи прибутковість як показник економічної ефективності та результативності діяльності суб'єкта господарювання.

Р. Р. Антонюк визначає прибутковість як: «Стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування» [2, с. 53].

М. Ф. Огійчук вважає, що: «Прибутковість – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку)» [26, с. 40].

О. В. Хмелевський розглядає прибутковість як: «стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток» [33, с. 51].

Отже, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності кожного суб'єкта господарювання, а саме його здатності приносити прибуток та забезпечувати ефективність відтворення використаних ресурсів.

Прибутковість підприємства зазвичай характеризуються такими показниками, як прибуток та рентабельність. Так, незважаючи на сильний взаємозв'язок, ці економічні категорії мають велику кількість відмінностей.

Рентабельність - це відносна величина, а прибуток – абсолютна. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, що характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва.

Основною метою створення та функціонування будь-якої організації незалежно від форми власності та розміру є отримання справедливої винагороди за здійснену діяльність, тобто достатнього розміру доходу. Саме прибуток є тією категорією, яка найповніше демонструє фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення своєї виробничої діяльності. Зрозуміло, що чим більший

прибуток, тим більше можливостей з'являється у підприємства для подальшого економічного розвитку та покращення, розширення своєї діяльності. Прибуток - це основне фінансове джерело науково-технічного удосконалення підприємства, його матеріальної бази і продукції, а також усіх форм інвестування. Прибуток визначає рівень фінансової стабільності у державі, він є джерелом підвищення рівня добробуту населення. Все це вимагає уточнення сутності та змісту категорії «прибуток», адже вона є досить спірною і складною в сучасній економічній науці.

Самостійна теорія прибутку починає формуватися лише в ХХ ст., вона включала три головні джерела його походження: існування монополії, послідовне введення в економічний процес технічних, комерційних і організаційних інновацій; винагороду за передбачений і непередбачений ризик.

Таким чином, суспільне визнання в той час отримала теорія прибутку Й. Шумпетера. Науковцем було розроблено теорію прибутку як результату здійснення нововведень. У наукових дослідженнях Й. Шумпетера вперше вводяться такі поняття як новатор, винахідник, який здійснює впровадження нових поєднань різних факторів виробництва, тобто інновацій. Зважаючи на це, прибуток, на думку Й. Шумпетера є: «Винагородою за підприємницьку діяльність, тобто – це вартісний вираз того, що створює або впроваджує підприємець» [38, с.207].

Іншу теорію прибутку розвиває Ф. Найт, він пов'язує походження прибутку також із підприємницькою діяльністю, але з іншим аспектом, а саме – з фактором підприємницького ризику. На думку Найта: «Невизначеність і прибуток – це нерозривно пов'язані поняття. А прибуток є винагородою підприємця за прийняття рішень в умовах невизначеності [24, с.98].

Сучасні західні економісти визначають прибуток категорією добробуту, тобто ступенем поліпшення добробуту господарюючого

суб'єкта за даний період часу. Так, на думку Дж. Хікса: «Мета визначення прибутку на практиці полягає в тому, щоб дати людям уявлення про суму, яку вони можуть витратити на споживання, не стаючи біднішими. Прибуток тієї чи іншої людини слід визначати як максимальну суму, яку вона може витратити протягом тижня за умови, що її добробут до кінця даного тижня не зменшиться порівняно з початком» [32, с.55].

На сучасному етапі розвитку економіки прибуток від господарської діяльності також трактується більшістю економістів як перевищення доходів над витратами. Зокрема, вітчизняні вчені С. Ф. Покропивний, Л.І. Шваб та Н.М. Бондар розглядають прибуток як: «Частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства» [6, с.146].

Згідно з Податковим кодексом України, прибутком вважається сума валових доходів, тобто доходів від усіх видів діяльності, скоригована певним чином для цілей оподаткування, зменшена на суму валових витрат підприємства і на вартість зносу (амортизації) основних засобів і нематеріальних активів.

О. О. Гетьман та В. М. Шаповал роблять висновок: «Прибуток представляє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції» [12, с. 200].

Наведені визначення характеризують лише кількісний аспект прибутку, що ґрунтується на співставленні доходів та витрат, проте недостатньо уваги приділяється його економічному змісту.

Виходячи з цього, уваги заслуговує визначення прибутку, що дається І. О. Бланком, який пов'язує його з ризиком. Так, на думку вченого: «Прибуток – це виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, і становить різницю між

сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності» [5, с.20].

Дослідивши еволюцію поглядів науковців на економічну сутність прибутку, важко однозначно стверджувати, яка з цих теорій є найбільш вірною, оскільки кожна з них пояснює певний важливий аспект досліджуваного питання, а узагальнення поглядів становить сучасну теорію прибутку, яка досі залишається незавершеною та потребує подальших досліджень. Тобто, можна дати таке узагальнене визначення «прибутку» – це дохід на вкладений капітал, який є винагородою підприємця за ризик, мотив його діяльності та який розраховується як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами.

Рентабельність є доволі складною економічною категорією як з точки зору її трактування, так і через існування різноманітних показників, що використовуються для її оцінки. Існує велика кількість підходів до визначення поняття «рентабельність».

Рентабельність доцільно розглядати з двох позицій - як показник, а також як об'єктивну економічну категорію.

Як кількісний показник рентабельність – це різниця між обсягом продажу і собівартістю, між ціною та вартістю товарів. Рентабельність, як кінцевий результат діяльності організації, створює умови для їх розширення, розвитку, самофінансування і підвищення конкурентоздатності. Як результативний показник цей показник характеризує наскільки ефективно використовуються наявні ресурси, успіх або неуспіх у бізнесі, зростання (зниження) обсягів діяльності підприємства [17, с. 63].

Як об'єктивна економічна категорія, рентабельність характеризує прибутковість та фінансовий результат господарської діяльності [22, с.31].

Білик М. Д. вважає, що: «Рентабельність – це відносний показник, рівень прибутковості підприємства, що вимірюється у відсотках. Його

величина відображає співвідношення отриманого результату з наявними чи використаними ресурсами» [4, с. 241].

Туріянська М. М. стверджує: «Рентабельність характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство завдяки доходам від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) повністю покриває витрати на її виробництво, отримує прибуток для розширеного відтворення» [30, с. 28].

Юрчишена Л. В. відзначає: «Рентабельність - це індикатор, котрий характеризує ефективність фінансово-економічного механізму, прибутковість діяльності підприємства в умовах світової економічної кризи, а також жорсткої ринкової конкуренції [39 с. 97].

Тобто можна стверджувати, що рентабельність – це відносний показник, що характеризує фінансово-економічну ефективність підприємства та розраховується як відношення суми отриманого (очікуваного) фінансового результату до одного з показників (витрат, виручки, середньої вартості основних і обігових коштів, фонду заробітної плати тощо).

Так, у порівнянні з іншими показниками, що визначають фінансовий стан підприємства, показники рентабельності мають такі переваги:

- вони дають широкі можливості для порівняння різних абсолютних показників, які характеризують обсяги виробничо-господарської діяльності підприємства з різними видами прибутку, що дозволяє здійснювати об'єктивне оцінювання;

- показники рентабельності дозволяють зіставляти у динаміці діяльність різних структурних підрозділів підприємства.

1.2. Класифікація видів прибутку та рентабельності

Як вже зазначалось, прибутковість підприємства вимірюється двома показниками — прибутком та рентабельністю. З метою більш

глибокого та правильного розуміння поняття «прибутку» як кінцевого результату діяльності суб'єкта господарювання важливо звернути увагу на різні підходи до класифікації прибутку за критеріями. Дослідження наукової літератури показало, що єдиний підход до класифікації прибутку відсутній. Зокрема, щоб забезпечити надійне функціонування системи управління підприємствами, діючими положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку було визначено існування 16 видів прибутку (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Види прибутку, відповідно до П(С)БО та НП(С)БО

Номер	Назва	Визначені види прибутку
НП(С)БО 1	Загальні вимоги до фінансової звітності	Валовий прибуток; прибуток від операційної діяльності; прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, прибуток від звичайної діяльності; надзвичайний прибуток; чистий прибуток; чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію; скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію
П(С)БО 17	Податок на прибуток	Обліковий прибуток, податковий прибуток
П(С)БО 22	Вплив інфляції	Прибуток від впливу інфляції на монетарні статті
П(С)БО 24	Прибуток на акцію	Скоригований чистий прибуток, чистий прибуток на одну просту акцію, скоригований чистий прибуток на одну просту акцію
П(С)БО 26	Виплати працівникам	Прибуток від активів програми

За основу розробки класифікації прибутку при проведенні досліджень науковці зазвичай беруть законодавство країни, а також наукові розробки, що отримали практичне застосування. Крім визначених законодавством видів прибутку, кожен автор доповнює класифікацію власними видами та визначеннями.

Найбільше видів прибутку (56 видів) було виділено у фінансово - економічному словнику, авторів А. Г. Загороднього та Г. Л. Вознюка. Ці науковці розглядають досить широку класифікацію видів прибутку за такими ознаками [15, с. 452-455].

1. За джерелами формування прибутку:

➤ прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - це сума виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), яка зменшена на суму нарахованого (сплаченого) податку на добавлену вартість (за винятком товарообмінних операцій з нерезидентами), ввізного мита, акцизного збору, митного збору та інших обов'язкових зборів і платежів, які визначенні чинним законодавством, а також на суму витрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг);

➤ прибуток від реалізації активів – це дохід від продажу зношених або невикористаних видів основних фондів і нематеріальних активів, а також надлишку раніше закуплених запасів сировини, матеріалів та інших видів матеріальних цінностей, що зменшенні на суму затрат, понесених фірмою у процесі забезпечення їх реалізації;

➤ прибуток від позареалізаційних операцій – це доходи від участі суб'єкта господарювання у діяльності спільних підприємств, доходи від акцій, облігацій, випущених сторонніми емітентами, а також доходи від депозитних вкладів підприємств в банках, отримані пені, штрафи.

2. За складом елементів, які формують прибуток:

➤ маржинальний прибуток - це різниця між доходом від реалізації (без урахування ПДВ і акцизів) та змінними витратами;

➤ валовий прибуток – це сума чистого доходу від операційної діяльності за вирахуванням всіх операційних витрат (постійних та змінних);

➤ чистий прибуток – це сума валового прибутку, зменшеного на суму податкових платежів.

3. За характером оподаткування виділяють оподатковану та не оподатковану частину прибутку. Такий поділ зазвичай відіграє важливу роль у формуванні податкової політики підприємств, тому що він

дозволяє оцінити альтернативні господарські операції з позицій кінцевого їх ефекту [28, с. 139].

4. За періодом формування виділяють: прибуток попереднього, звітного та планового періодів. Цей поділ використовується з метою аналізу та планування прибутковості, для виявлення динаміки її зміни.

5. За регулярністю формування виділяють прибуток, якій формується підприємством регулярно і так званий надзвичайний прибуток. Останній характеризує джерело його формування, яке не очікується та не є регулярним. Він дорівнює різниці між доходами і витратами від надзвичайних подій (стихійного лиха, пожеж).

6. За характером використання:

➤ нагромаджений - це сума, яка направляється для фінансування приросту активів підприємства;

➤ споживчий – це та частина прибутку, що спрямовується на виплати акціонерам, персоналу, на програми підприємства соціального спрямування.

7. Залежно від кінцевого результату господарювання розрізняють позитивний прибуток і негативний прибуток (збиток).

8. Залежно від ступеня розподілу:

➤ розподілений прибуток, який характеризує частину сформованого прибутку, що на цей момент вже розподілена та не використана в процесі господарської діяльності;

➤ нерозподілений прибуток - це та частина чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам: формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби.

9. Залежно від впливу інфляції виділяють: прибуток не скоригований на вплив інфляції (номінальний прибуток) та прибуток скоригований на вплив інфляції (реальний прибуток).

10. В залежності від впливу на величину прибутку ризиків господарської діяльності: прибуток, не скоригований на величину наслідків ризиків та прибуток, скоригований на величину наслідків ризиків у господарської діяльності підприємства.

11. Залежно від розмірів:

➤ мінімальний прибуток – це прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє уяву власників про мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал. Як правило, цей рівень дорівнює середній процентній ставці на депозитному ринку;

➤ нормальний прибуток - прибуток, який відповідає нормі прибутковості на вкладений капітал у галузі;

➤ цільовий (необхідний) прибуток - прибуток, що відповідає потребам підприємства в коштах на виробничий і соціальний розвиток і утворюється за рахунок чистого прибутку;

➤ максимальний прибуток - прибуток, що пов'язаний з реалізацією мети поведінки підприємства на ринку на максимізацію прибутку. Отримується в тому випадку, коли граничні витрати дорівнюють граничним доходам.

12. За економічним змістом:

➤ бухгалтерський прибуток - прибуток, який розраховується як різниця між валовими доходами підприємства та явними бухгалтерськими витратами, котрі відображуються при проведенні бухгалтерського обліку;

➤ економічний прибуток. Він відрізняється від бухгалтерського тим, що враховує плату за використання усього капіталу організації як боргового, так і власного.

Іншими словами підприємство яке має позитивний балансовий прибуток може насправді зменшувати свою вартість, оскільки акціонери можуть не отримувати економічного прибутку. Також необхідно зазначити, що економічний прибуток, з точки зору суспільного

виробництва, є найбільш досконалим показником, що характеризує діяльність суб'єкта господарювання, тому що дозволяє точніше оцінити як реальні витрати того чи іншого товару чи послуги, так і реальний виграш, який може отримати виробник цих товарів. Окрім цього варто відзначити, що при визначенні економічного прибутку до його величини ми не додаємо амортизацію [11, с. 317].

Основні показники рентабельності можна об'єднати в такі групи:

- 1) показники рентабельності капіталу (активів);
- 2) показники рентабельності продукції (товарів, послуг);
- 3) показники, що розраховані на основі потоків готівкових коштів [31, с. 73].

Так перша група показників рентабельності формується відношення чистого прибутку підприємства до окремих показників авансованих засобів, серед яких найважливішими є: активи підприємства, акціонерний (власний) капітал, інвестиційний капітал (власні кошти та довгострокові зобов'язання). Розбіжність рівнів рентабельності цих показників може характеризувати ступінь використання підприємством довгострокових кредитів та інших залучених коштів, а також фінансових важелів для підвищення доходності.

Ці показники є практичними, адже для адміністрації фірми дуже важливою є віддача (дохідність) всіх активів (капіталу); для потенційних інвесторів та кредиторів – віддача на інвестований капітал, а для власників та засновників – дохідність акцій.

Другу групу показників можна розрахувати відношенням показників прибутку, що наявні у звітності підприємства (прибуток від реалізації, оподаткований прибуток, балансовий прибуток, чистий прибуток) до обсягу продажу продукції (товарів, робіт, послуг). Ці показники характеризують прибутковість продукції базисного та звітного періодів.

Третю групу показників рентабельності розраховують як відношення прибутку грошових коштів до обсягу продажу, власного капіталу, сукупного капіталу. Ці показники характеризують ступінь спроможності підприємства розплатитися з кредиторами, позичальниками та акціонерами, використовуючи грошовий потік підприємства.

Відповідно до такої класифікації показників рентабельності створено систему фінансових коефіцієнтів, що знайшла своє відображення у табл. 1.2 [31, с. 76]:

Таблиця 1.2

Фінансові коефіцієнти рентабельності

Основні показники рентабельності	Фінансові коефіцієнти рентабельності
Показники рентабельності, розраховані на основі прибутку (доходу)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коефіцієнт обмеженого рівня валового прибутку 2. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку від основної (операційної) діяльності 3. Коефіцієнт обмеженого рівня прибутку всієї діяльності підприємства 4. Коефіцієнт обмеженого рівня чистого прибутку 5. Коефіцієнт критичної рентабельності
Показники рентабельності, які розраховані з використанням виробничих активів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коефіцієнт віддачі на всю суму виробничих активів 2. Коефіцієнт віддачі на інвестований капітал 3. Коефіцієнт віддачі на акціонерний капітал
Показники рентабельності, розраховані на основі потоків грошових коштів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коефіцієнт рентабельності відбору 2. Коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу 3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу 4. Коефіцієнт обслуговування боргу

Концепцію обчислення рентабельності на основі потоку грошових коштів широко використовують в країнах з розвинутою ринковою економікою. Вона є пріоритетною, тому що операції з грошовими

потоками, що забезпечують платоспроможність підприємства, є ознакою інтенсивного типу виробництва, позитивною ознакою «здоров'я» економіки та фінансового стану підприємства. Перехід до використання цієї концепції на вітчизняних підприємствах потребує перебудови звітності підприємств.

Найбільш систематизованою та повною є група показників рентабельності, яку запропонували колектив авторів під керівництвом професора Бутинця Ф. Ф. [7, с. 150-155].

Відповідно до цієї методики всі відносні показники, що використовуються для аналізу ефективності діяльності підприємства поділяються на: витратні, дохідні та ресурсні (табл.1.3).

Витратні показники розраховуються як відношення прибутку до витрат (на реалізацію продукції, від інших видів діяльності, повної собівартість реалізованої продукції). За допомогою цих показників можна проаналізувати наскільки ефективно були використані кошти, спожиті під час виробництва або здійснення інших видів діяльності [19, с. 144].

Дохідний підхід враховує результати бізнес-процесів (збитки, дохід або прибуток, нульовий результат), а також майбутні доходи (прибуток) від приєднаних до підприємства (асоційованих) нематеріальних об'єктів, таких як торгова марка, гудвіл, торговий знак. Ці об'єкти потрібно оцінювати відповідно доходу, який вони надають додатково, хоч вони й можуть бути незафіксованими в балансі підприємства [3, с.201].

За підходом ресурсним, показники рентабельності розраховуються співвідношенням чистого прибутку, прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до вартості активів (капіталу) або їх складових. Слід звернути увагу, що при розрахунку показників рентабельності: оборотних та необоротних активів, залученого капіталу, власного капіталу, рентабельності інвестицій (рентабельність перманентного капіталу) краще використовувати

прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, а при розрахунку рентабельності активів використовувати чистий прибуток [35, с. 386].

Таблиця 1.3

Основні показники рентабельності

№	Показник	Формула	Зміст
1	2	3	4
Витратні показники			
1	Рентабельність господарської діяльності	$\frac{\text{Прибуток від звичайної діяльності}}{\text{Витрати підприємства}}$	Показує скільки отримано прибутку від господарської діяльності з 1 грн загальних витрат
2	Рентабельність звичайної діяльності	$\frac{\text{Прибуток від звичайної діяльності}}{\text{Витрати від звичайної діяльності}}$	Показує скільки отримано прибутку від звичайної діяльності з 1 грн звичайних витрат
3	Рентабельність операційної діяльності	$\frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Операційні витрати}}$	Показує скільки отримано прибутку від операційної діяльності з 1 грн операційних витрат
4	Рентабельність продукції (товарів, робіт, послуг)	$\frac{\text{Валовий прибуток від продаж}}{\text{Собівартість товарів (робіт, послуг)}}$	Показує скільки отримано валового прибутку з 1 грн витрат
Ресурсні показники			
5	Рентабельність підприємства (активів, виробництва)	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість активів}}$	Показує скільки чистого прибутку припадає на 1 грн активів
6	Рентабельність власного капіталу	$\frac{\text{Прибуток до оподаткування}}{\text{Середньорічна вартість власного капіталу}}$	Показує скільки прибутку припадає на 1 грн власного капіталу
7	Рентабельність оборотних активів	$\frac{\text{Прибуток до оподаткування}}{\text{Середньорічна вартість оборотних активів}}$	Показує скільки прибутку припадає на 1 грн оборотних активів

8	Рентабельність необоротних активів (фондо-рентабельність)	$\frac{\text{Прибуток до оподаткування}}{\text{Середньорічна вартість необоротних активів}}$	Показує скільки прибутку припадає на 1 грн необоротних активів
---	---	--	--

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4
9	Рентабельність перманентного капіталу	$\frac{\text{Прибуток до оподаткування}}{\text{Вартість власного капіталу та довгострокових зобов'язань}}$	Показує скільки прибутку припадає на 1 грн власного капіталу та довгострокових зобов'язань
Дохідні показники			
10	Валова рентабельність продажу	$\frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід}}$	Показує розмір валового прибутку, що отримується з 1 грн доходу від продажу товарів (робіт, послуг)
11	Чиста рентабельність продажу	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід}}$	Показує розмір чистого прибутку, що отримується з 1 грн доходу від продажу товарів (робіт, послуг)
12	Рентабельність доходу від операційної діяльності	$\frac{\text{Фін. результат від операційної діяльності}}{\text{Доходи від операційної діяльності}}$	Показує розмір прибутку з 1 грн доходу від операційної діяльності

Після розгляду підходів до класифікації прибутку та рентабельності, можна стверджувати, що на сьогодні в науковій літературі, в законодавчих актах має місце широкий перелік поглядів і класифікаційних ознак групування цих економічних категорій, що є свідченням їх факторів впливу та широкої економічної природи.

Тому саме поглиблене розуміння таких понять як «прибуток» та «рентабельність», а також всебічне вивчення їх видів сприяють побудові більш ефективного механізму управління ними. Під час управління прибутковістю підприємства необхідним стає розробка системи заходів, які пов'язані з процесом максимізації накопичення прибутку та процесом його раціонального розподілу. За допомогою надання змістовного визначення поняття «прибутковість» з'являється можливість підвищення якісного рівня роботи різних ланок управління підприємством у ринкових умовах.

1.3. Методи планування та принципи розподілу прибутку на підприємстві

Планування – це процес, який використовують на підприємстві для визначення основних цілей на певну перспективу, процес, що передбачає обрання найбільш оптимального шляху для досягнення мети та найбільш раціонального ресурсного забезпечення. Важливу роль у діяльності підприємства відіграє саме планування прибутку, тому що прибуток є одним із найбільш вагомих показників ефективної роботи підприємства.

В цій частині планування зазвичай використовують всі параметри бізнес-плану, вона є вирішальною у визначенні фінансового результату від всієї діяльності компанії. Підходи до планування прибутку залежать від параметрів господарської, виробничої та фінансової діяльності підприємства. Потрібно визначити найбільш суттєві взаємозв'язки в економіці фірми та зрозуміти їх вплив на величину прибутку. Це допоможе глибше зрозуміти фактори, що можуть впливати на зростання прибутку.

Планування прибутку проводять окремо за всіма видами діяльності підприємства. Роздільне планування зумовлене

відмінностями в методології обчислення та оподаткування прибутку за різними видами діяльності. Під час розробки фінансових планів враховують всі фактори, що можуть впливати на величину прибутку, і моделюють фінансові результати від прийняття різних управлінських рішень [23, с.154].

В умовах стабільної економіки, що розвивається планування прибутку здійснюють за період від трьох до п'яти років. При відносно стабільних цінах в прогнозованих умовах господарювання поширеним є поточне планування в рамках одного року. За нестабільної економічної та політичної ситуації планування здійснюють на короткочасний період – квартал або півріччя.

У плануванні прибутку використовуються наступні методи:

I. Метод прямого рахунку. Застосовують, як правило, при невеликому асортименті продукції. Сутність цього методу полягає в тому, що прибуток обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукції підприємства (у відповідних цінах за винятком ПДВ і акцизів) та повною її собівартістю.

Розрахунок планового прибутку ($\Pi_{\text{п}}$) здійснюється за наступною формулою:

$$\Pi_{\text{п}} = \text{ВД}_{\text{п}} - \text{В}_{\text{п}} - \text{ПДВ}_{\text{п}} - \text{ПП}_{\text{п}}, \quad (1.1)$$

де $\text{ВД}_{\text{п}}$ — планова сума валового доходу;

$\text{В}_{\text{п}}$ — планова сума валових витрат;

$\text{ПДВ}_{\text{п}}$ — планова сума податків, які сплачуються з доходу.

$\text{ПП}_{\text{п}}$ — планова сума податків, які сплачуються з прибутку.

II. Аналітичний метод застосовують при незначних коливаннях асортименту продукції, а також при відсутності зростання ціни та інфляційних процесів. Величина можливого прибутку за цим методом обчислюється:

$$\Pi_{\text{м}} = \text{РТ}_3 \times \text{T}_{\text{п}} \pm \Delta\Pi, \quad (1.2)$$

де $\Pi_{\text{м}}$ - величина можливого прибутку;

РТ_3 - рівень рентабельності товарообігу звітного періоду, %;

$\text{T}_{\text{п}}$ - плановий товарообіг;

$\Delta\Pi$ - прогнозовані зміни прибутку підприємства за рахунок чинників, що впливають на його величину. Ними є: зниження собівартості продукції, зміна структури асортименту, зміна ціни на продукцію [34, с. 201].

Розрахунок ведеться в такій послідовності:

1. За допомогою базової рентабельності розраховують орієнтовно прибуток планованого року на обсяг товарної продукції планованого року, але за собівартістю базисною.

2. Розраховується коливання (+, -) собівартості продукції в планованому році.

3. Далі визначається вплив зміни якості, асортименту, сортності продукції. Ці розрахунки виконують в спеціальних таблицях на основі планових даних підприємства про асортимент продукції, її якість, сортність.

4. Після обґрунтування цін на вже готову продукцію планованого року визначають вплив зростання (чи зниження) цін.

5. Підсумовується вплив на прибуток усіх перерахованих факторів. Прибуток від виробництва порівнянної продукції в планованому році визначають з урахуванням прибутку, обчисленої на першому та наступних етапах.

6. Далі враховується зміна прибутку в нереалізованих залишках готової продукції на початок та кінець планованого періоду.

Перевага аналітичного методу, в тому що він показує вплив різних чинників на величину прибутку, але перевага ця виявляється тільки за наявності стабільних умов господарювання.

III. CVP-аналіз або леверидж. Метод, який заснований на ефекті виробничого (операційного) важеля та базується на принципі поділу витрат на постійні та змінні. За допомогою цих показників розраховується маржинальний прибуток. Він дає можливість: визначати обсяги реалізації продукції та виробництва з погляду їхньої беззбитковості; приймати рішення про цільові розміри прибутку та визначати граничний обсяг виробництва продукції, подальше збільшення якого може зменшити прибуток підприємства, тому що починається зниження граничного прибутку [14, с. 191].

Суть цього методу — у знаходженні точки беззбитковості, що означає мінімальний обсяг продажу продукції, починаючи з якого фірма не має збитків. При цьому витрати дорівнюють доходам, що можна показати наступною формулою:

$$O_{\text{пр}} \times Ц = C_{\text{пост}} + V \times O_{\text{пр}}, \quad (1.3)$$

де $O_{\text{пр}}$ — обсяг продажу, шт.;

$Ц$ — оптова ціна продажу, грн;

$C_{\text{пост}}$ — величина постійних (фіксованих) витрат, грн;

V — величина змінних витрат на одиницю продукції, грн.

$$\text{Тоді, } O_{\text{кр}} = C_{\text{пост}} / (Ц - V), \quad (1.4)$$

де $O_{\text{кр}}$ — точка беззбитковості, тобто такий обсяг продажу, починаючи з якого ціна продажу товару перевищує витрати на його виробництво й реалізацію.

Отже, щоб визначити планову величини обсягу виробництва та продажу, що відповідає беззбитковому стану підприємства, необхідно знати три наступні величини:

1) оптову ціну продажу товару;

2) обсяг фіксованих (постійних) витрат, величина яких у короткостроковому періоді часу не пов'язана з обсягом виробництва та

реалізації, а також з їхніми змінами. Це, наприклад, витрати на устаткування, його утримання та експлуатацію, адміністративні витрати, амортизаційні відрахування, витрати на оренду, соціальне страхування, витрати на рекламу, соціальне страхування, наукові дослідження, розробки тощо;

3) обсяг змінних витрат - витрат, які можуть змінювати свою величину у зв'язку зі зміною обсягу виробництва й реалізації продукції (витрати на заробітну плату основного виробничого персоналу, сировину та матеріали, електроенергію, транспортування тощо) [23, с.108].

IV. Метод екстраполяції. Це найбільш простий метод планування операційного прибутку на підприємстві. Він заснований на результатах трендового аналізу динаміки валового, маржинального та чистого операційного прибутку за попередні періоди та полягає у виявленні «лінії тренда», яка дає змогу прогнозувати обсяги цих показників.

Однак, цей метод планування операційного прибутку є найменш точним, адже він не враховує зміни факторів, які впливають на нього. Цей метод можна використовувати лише на попередній стадії планування і тільки за відносно короткий прогнозний період (місяць, квартал).

V. Нормативний метод. Умовою застосування цього методу є наявність у суб'єкта господарювання відповідної нормативної бази. Зазвичай використовують такі нормативи:

- норма прибутку на власний капітал (мінімальним його аналогом може бути середня норма депозитного відсотка на грошовому ринку);
- норма прибутку на операційні активи (може бути виражена як чистим операційним прибутком, так і валовим прибутком);

➤ норма прибутку за одиницю реалізованої продукції (аналогом може бути середньогалузева норма прибутку за одиницю реалізованої продукції в передплановому періоді).

Недоліком нормативного методу є те, що він не пов'язаний з іншими показниками операційної діяльності (податковими платежами, виробничою програмою, операційними витратами).

VI. Метод цільового формування прибутку. Цей метод дозволяє забезпечувати тісний взаємозв'язок планових показників із стратегічними цілями управління прибутком в плановому періоді. Основою для цього методу є попереднє визначення потреби підприємства у власних фінансових ресурсах, які формуються за рахунок чистого операційного прибутку підприємства. Розрахунок ведеться за кожним елементом цієї потреби. Він охоплює як капіталізовану їхню частину, так і частину, яка споживається. Сумарна потреба в засобах, що формуються за рахунок чистого операційного прибутку, є цільовою його сумою. На основі цільової суми чистого операційного прибутку визначають цільові суми відповідно маржинального та валового операційного прибутку [16, с. 20].

VII. Метод прогнозування грошового потоку. Основою якого є розроблений підприємством поточний план надходжень та витрат коштів по операційній діяльності підприємства. Цей метод дозволяє скоординувати планований операційний прибуток з чистими грошовими потоками по операційній діяльності, а також конкретизувати його формування по окремим періодам (зазвичай поточний план надходження й витрат коштів складається щомісячно).

VIII. Метод факторного моделювання прибутку вимагає здійснення великих аналітичних та прогнозних розрахунків. Спочатку визначають систему основних факторів, що мають прямий логічний взаємозв'язок з формуванням показника чистого операційного прибутку підприємства. Потім аналізують ступінь впливу окремих факторів на

формування чистого операційного прибутку фірми та виконується їхнє ранжування за цим показником. На наступному етапі відбирають фактори, які мають найбільший вплив на суму планового обсягу чистого операційного прибутку, і враховуючи ступінь їхнього впливу будується багатофакторна модель регресії, прогнозується зміна факторів, які включені в модель регресії, у плановому періоді. Прогнозована зміна кожного фактора відображається відповідними кількісними показниками.

Шляхом підстановки прогнозованих значень факторів в модель регресії одержується прогнозований показник чистого операційного прибутку.

Як кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, прибуток являє собою різницю між загальною сумою доходів та витратами на виробництво та реалізацію продукції з урахуванням збитків від різних господарських операцій.

Таким чином, аналіз різних методів планування прибутку має важливе значення для забезпечення умов постійного зростання ефективності діяльності підприємства та впливає на показник прибутковості та якість його планування. В умовах невизначеності економіки процес планування стає складним та багатограним, включаючи в себе глибокий економічний аналіз фінансових та виробничих показників за попередній період, який передував плановому.

Процес досягнення максимальної узгодженості з кількісними й якісними показниками плану випуску продукції (виконання робіт, послуг), її реалізації, собівартості, врахування наявних резервів збільшення випуску продукції, зниження витрат на виробництво, особливо непродуктивних і позареалізаційних витрат і збитків має велике значення.

Розрахунок планового прибутку має бути обґрунтованим економічно. Таке планування дозволить здійснювати повне та своєчасне фінансування інвестицій, необхідні виплати робітникам і службовцям, приріст власних оборотних коштів, а також своєчасні розрахунки з бюджетом, банками та постачальниками. Ефективне планування прибутку на підприємстві має ключове значення не тільки для окремого підприємства, але і для економіки країни в цілому.

Використанню прибутку передують його розподіл. Це важливий економічний важіль, який забезпечує гармонізацію економічних інтересів держави, підприємств як господарюючих суб'єктів ринку, трудового колективу. Порядок розподілу прибутку на підприємстві залежить від чинного законодавства, яке регулює взаємовідносини підприємств з бюджетом, формами власності й організаційно-правовим статусом підприємства. Можна виділити наступні етапи у розподілі прибутку на підприємстві.

Перший етап – це розподіл податкового та бухгалтерського прибутку. На цьому етапі учасниками розподілу є держава та підприємство. В результаті розподілу кожна сторона отримує свою частку [18, с. 28].

Другий етап – це розподіл та використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства після здійснення ним бюджетних платежів. На цьому етапі за рахунок прибутку фінансуються різноманітні інвестиційні, виробничі та інші програми підприємства.

Основні принципи розподілу прибутку господарюючих суб'єктів у ринкових умовах господарювання:

- розподіл прибутку між державою та підприємством як господарюючим суб'єктом повинен проводитись з урахуванням інтересів держави в формуванні бюджетів на відповідному рівні та зацікавленості підприємств у стимулюванні їх діяльності;

➤ вилучення частини прибутку державою до бюджету у вигляді податків проводиться по твердих, невисоких ставках, встановлених в законодавчому порядку державою, розміри податкових ставок не повинні змінюватися довільно;

➤ прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства, повинен направлятися на нагромадження, яке буде забезпечувати подальший розвиток підприємства, а частина, яка залишилася, на споживання для задоволення матеріальних та соціальних потреб персоналу.

Згідно з Господарським кодексом України порядок використання прибутку (доходу) має визначати власник підприємства або уповноважений ним орган у відповідності з статутом підприємства та чинного законодавства країни. При вплив держави на напрям і обсяги використання прибутку суб'єктами господарювання здійснюється через установлені податки, нормативи, податкові пільги тощо. Законодавче розподілення прибутку суб'єктів господарювання регулюється в тому розмірі, який надходить до бюджетів різних рівнів у вигляді податків і інших обов'язкових платежів [13].

Отриманий підприємствами загальний прибуток використовується, в першу чергу, на сплату до бюджету встановлених законом України податків та платежів - податку на прибуток, а також інших платежів до бюджету, які сплачуються за рахунок прибутку.

Підприємство самостійно визначає напрямок використання тієї частини прибутку, яка залишилася в його розпорядженні. Порядок розподілення та використання прибутку на підприємстві фіксується в статуті та визначається положеннями, розробленими відповідними економічними службами підприємства та затверджується його керівництвом.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та особливості його розвитку

Об'єктом дослідження є приватне акціонерне товариство «Херсонський хлібокомбінат». ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» створено відповідно до чинного законодавством України, шляхом перетворення ДП «Херсон хліб» у відкрите акціонерне товариство «Херсонський хлібокомбінат» та, у подальшому, у зв'язку із зміною типу, перейменоване у приватне акціонерне товариство «Херсонський хлібокомбінат». Товариство зареєстроване відповідно до свідоцтва про державну реєстрацію серія АА № 593518 від 31.12.1996 року.

На момент створення підприємства воно, згідно статуту, мало статутний фонд у розмірі 812100 гривень. Статутний капітал підприємства поділено на 3248400 шт. простих іменних акцій, номінальною вартістю 0,25 грн. за кожну. Інформація про володіння посадовими особами емітента акціями підприємства наведена у Додатку А.

Протягом останніх років компанія впроваджує найкращі технології хлібопечення, які дозволяють поліпшити якість продукції, а також розширити асортимент.

Протягом 2019 року на підприємстві було запроваджено нові види хлібобулочної продукції, а саме: Булка «Завиток з корицею», Булка «Завиток з кокосовою начинкою», Булочка здобна, Булочка «Молочна», Булочка «Для гамбургеру», Багет гречаний, Багет гречаний швидкозаморожений, Багет французький швидкозаморожений, Хліб пшеничний із борошна подовий, Хліб козацький. Основним завданням

підприємства на майбутнє є збільшення доходу, задоволення потреб акціонерів та трудового колективу.

В планах на 2020 - 2021 рр. отримання прибутку, впровадження нових видів продукції та торгівельних марок, розширення ринків збуту.

За остані три роки підприємством було придбано транспортні засоби для розвозу готової продукції, машини для замішування тіста, прес для тіста, машини для виробництва круасанів, печі для випікання хліба та хлібобулочних виробів, пакувальні машини. При цьому на підприємстві постійно проводять ремонт будівель та споруд виробничих цехів, здійснюють модернізацію хлібобулочних ліній. Протягом трьох років значних відчужень активів емітента не відбувалося.

На сьогодні ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» складає групу компаній, що займаються виробництвом хлібобулочних, кондитерських та борошномельних продуктів. Основними напрямками діяльності підприємства є виготовлення хлібобулочних виробів високої якості нетривалого зберігання, а також різноманітного асортименту: сухарі, грінки, сушки, тісто для виготовлення хлібобулочних виробів. Підприємство в основному збуває виготовлену продукцію населенню через мережу власних фірмових магазинів на території Херсонської області, через супермаркети та малі підприємства.

До організаційної структури підприємства входять виробничо-промислові цехи, транспортно-ремонтний відділ та відділ технічного обслуговування. Вони підпорядковуються заступнику голови правління з інженерно-технічних питань. Юридичне бюро підпорядковане заступнику голови правління з юридичних питань, а відділ маркетингу та продажів знаходиться у підпорядкуванні заступника голови правління з маркетингу та продажів. Відділ бухгалтерії та фінансово-економічний відділ очолюють головний бухгалтер та начальник фінансово-економічного відділу відповідно. Вони підпорядковуються заступнику голови правління з економіки та фінансів. Виробничо-

технічні лабораторії підпорядкуванні заступнику голови правління з якості; торговий відділ – заступнику голови правління з торгівлі; відділ кадрів та підготовки кадрів, відділ технічної підтримки - очолюються начальником відділу.

Організаційна структура підприємства наведена на рис. 2.1.

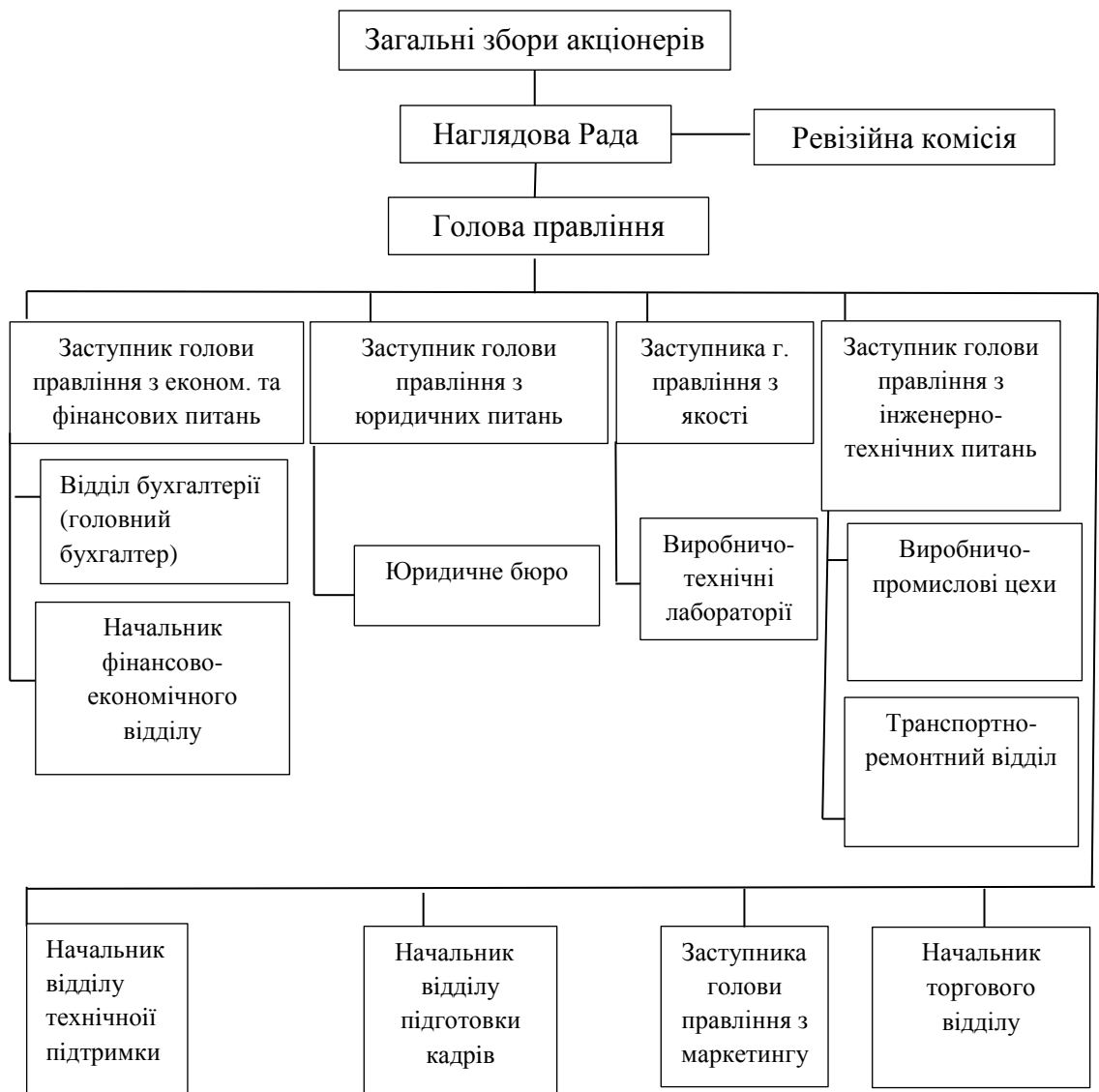


Рис. 2.1. Організаційна структура управління ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» [29].

Середньооблікова численість штатних працівників станом на 31.12.2019 р склала 444 чол. Фонд оплати праці у 2019 р склав 28711, що

на 1030 більше ніж за минулий рік (минулорічний показник 27681). Фонд оплати праці, порівняно з минулим роком, зріс на 3,6 %

Компанія ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» відповідає вимогам ДСТУ, СОУ та ГСТУ. Для досягнення максимальної якості та безпеки на підприємстві впроваджена сертифікована система управління безпечністю харчових продуктів згідно вимог ДСТУ ISO 22000:2007. Діяльність підприємства в цілому та процеси виробництва продукції відповідають вимогам Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів».

Фінансування діяльності підприємства здійснюється за рахунок власних коштів. Джерелом формування фінансових ресурсів є доходи отримані від продажу виробленої продукції. Обсяг отриманих доходів спрямовується на поточні потреби виробництва, його удосконалення, модернізацію, підвищення рівня кваліфікації персоналу, покращення добробуту у колективі, на оздоровчі заходи працівників підприємства.

Розглянемо динаміку основних показників фінансових результатів ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за 2017 - 2019 рр. в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за 2017-2019 рр. (тис.грн.)

Стаття	2017	2018	2019	Відхилення за 2017-2018 рр.		Відхилення за 2018-2019 рр.	
				АП	ВП, %	АП	ВП, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції	143619	168506	165920	24887	17, 3	- 2586	- 1, 5
Інші операційні доходи	4976	82	328	- 4894	- 98, 4	246	75, 1

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
Валовий прибуток	32039	44027	46948	11988	37, 4	2921	6, 6
Собівартість реалізованої продукції	(111580)	(124479)	(118954)	12899	11, 6	- 5525	- 4, 5
Адміністративні витрати	(7698)	(7857)	(8333)	159	2, 1	476	6, 1
Витрати на збут	(23769)	(27359)	(28957)	3590	15, 1	1598	5, 8
Інші операційні витрати	(1247)	(541)	(669)	- 706	- 56, 6	128	23, 7
Фінансовий результат до оподаткування	2588	7012	8544	4 424	63, 1	1532	21, 8
Витрати (дохід) з податку на прибуток	485	1 262	1538	777	61, 5	276	21, 9
Чистий прибуток (збиток)	2103	5750	7006	3647	173, 4	1256	21, 8

За результатами таблиці 2.1 можна зробити наступні висновки:

– дохід від реалізації продукції ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» у 2018 році збільшився на 24887 тис.грн. в порівнянні з 2017 роком, проте 2019 року зменшився на 1, 5 %.

– проте у 2019 році ми можемо спостерігати тенденцію до зниження собівартості реалізованої продукції на підприємстві на 4, 5 % порівняно з 2018 роком і в результаті збільшення валового прибутку;

– чистий прибуток підприємства за досліджуваний період збільшувався кожного року, що є позитивною динамікою. Товариство у звітньому періоді працювало прибутково;

– джерелом основного прибутку є виробництво та реалізація продукції, робіт та послуг підприємства. Питома вага прибутку

отриманої від основної діяльності складає постійне джерело отримання його прибутку. Значне зростання доходу від реалізації продукції підприємства супроводжувався зростанням адміністративних витрат, а також витрат на збут.

2.2. Діагностика зовнішнього середовища ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»

Зовнішнє середовище – фактори, які знаходяться за межами підприємства. У зовнішньому середовищі зазвичай виокремлюють макро- та мікросередовище.

Мікросередовище підприємства – це ті суб'єкти, з якими воно постійно і безпосередньо взаємодіє: постачальники, споживачі, конкуренти, партнери, ринок робочої сили. Мікрооточення має значний вплив на складові внутрішнього середовища підприємства, але, при цьому, існує і зворотній зв'язок – підприємство може вплинути на фактори проміжного середовища [21].

Макросередовище підприємства – це ті фактори, які мають непряму дію на внутрішнє середовище, але здійснюють значний вплив на його діяльність. До факторів макрооточення найчастіше відносять політичні, економічні, соціальні, технологічні, ринкові та міжнародні фактори [25, с. 255].

Таким чином, процес дослідження навколишнього середовища передбачає вивчення трьох основних складових: зовнішнього середовища (макрооточення), проміжного середовища (мікрооточення) та внутрішнього середовища підприємства.

Зовнішнє середовище є джерелом, яке забезпечує підприємство ресурсами, що необхідні для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні. Підприємства знаходиться в стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи таким чином собі

можливість виживання. Але ресурси зовнішнього середовища обмежені. Постійно існує можливість того, що підприємство не зможе отримати необхідні ресурси із зовнішнього середовища тому, що на них претендують багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Все це може ослабити потенціал підприємства та призвести до негативних для нього наслідків. Завданням стратегічного управління є забезпечення такої взаємодії підприємства з середовищем, яке дозволяло б йому підтримувати свій потенціал на рівні, необхідному для досягнення його цілей, і тим самим яке б давало йому можливість виживати в довгостроковій перспективі [27, с. 83].

Аналіз зовнішнього середовища – це процес, за допомогою якого розробники стратегії контролюють зовнішні по відношенню до підприємства фактори, щоб передбачати потенційні загрози та можливості. Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз або можливостей, розробити ситуаційні плани в разі виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка б дозволила підприємству досягти цілей і перетворити потенційні загрози на вигідні можливості. При дослідженні зовнішнього середовища підприємства виділяють шість груп факторів: ринок, економіка, політика, технологія, соціальна поведінка та міжнародне положення.

Вагомий вплив на діяльність підприємства має загальна нестабільна макро- та мікроекономічна ситуація в Україні, спад попиту на хлібобулочні вироби, непрогнозованість цін на ринку сировини та енергоносіїв, зміни у чинному законодавстві країни, зокрема у податковому законодавстві, законодавстві у галузі корпоративного управління, відсутність сталої судової практики, податкове навантаження, наявність штучно створених перепон органів державної влади та органів місцевого самоврядування в отриманні документів

дозвільного характеру, або інших документів, які засвідчують становище підприємства.

Значно впливають на діяльність товариства наявність малих суб'єктів підприємницької діяльності, пекарень. Наприклад конкуренцію ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» складають такі місцеві пекарні:

- «Перша пекарня твого міста»;
- Пекарня-кондитерская «Чао»;
- Пекарня-кофейня «Франс.уа»;
- «Хлібний двір».

Вказане суттєво ускладнює реалізацію довгострокових та капіталоемних проектів.

Хлібопекарська галузь входить до складу харчової промисловості України та представлена великою кількістю підприємств різних за розміром і формою власності. Для цієї галузі характерним є високий рівень конкуренції між вітчизняними виробниками, велика кількість мініперкарень, оскільки для хлібопечення характерними є низькі бар'єри для входу на ринок та виходу з нього [36, с. 157].

Ринок хліба та хлібобулочних виробів України на 99% представлений продукцією вітчизняного виробництва. Так на сучасному етапі економічного розвитку хлібопекарська галузь характеризується стабільним рівнем попиту на свою продукцію, проте відповідно до офіційної статистики динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в країні має стійку щорічну тенденцію до зниження.

Окрім цього, на планування обсягів випуску продукції значною мірою впливає те, що попит на хліб є нееластичним. Хоч коливання попиту є незначним залежно від дня, тижня чи пори року. Хліб і хлібобулочні вироби це важливі продукти харчування, але за умови поліпшення економічної ситуації в країні люди надають перевагу більш дорогим продуктам харчування, таким як м'ясо, риба, морепродукти,

фрукти, овочі. Тому хлібопекарським підприємствам потрібно постійно підвищувати якість продукції, впроваджувати у виробництво елітні види хліба, нові види хлібобулочних виробів, збагачені корисними для здоров'я добавками, мінералами та вітамінами.

Хліб і хлібобулочні вироби - це продукти з коротким терміном зберігання та споживання, що унеможливорює довготривале їх зберігання на складах чи транспортування на великі відстані. Тому хлібопекарські підприємства змушені кожного дня уточнювати обсяги замовлення із торговими точками в радіусі економічно вигідної для них доставки. Тому потужності переважної більшості вітчизняних хлібопекарських підприємств завантажені лише на 30-40%.

За результатами PEST-аналізу, який був проведений для хлібопекарської промисловості України (табл. 2.2), можна зробити висновок, що найбільший зовнішній вплив на діяльність хлібопекарських підприємств мають саме економічні чинники. Керівники та менеджери хлібопекарських організацій, які входять до складу Всеукраїнської асоціації пекарів (ТОВ «Київський БКК», ПАТ «Київхліб», ТОВ «Київський пекарний дім», ТОВ «Одеський коровай», ТОВ «Компанія Хлібінвест», ТОВ «Перший столичний хлібозавод», ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат», ПрАТ «Концерн Хлібпром», ТОВ «Урожай», ТДВ «Салтівський хлібозавод», ТОВ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції»), говорять про зростання впливу зовнішніх факторів на їх поведінку, серед яких найвагомішими є загальноекономічні фактори, особливо рівень платоспроможності та доходів споживачів.

При оцінюванні конкурентного середовища хліба та хлібобулочних виробів за моделлю М. Портера (п'яти конкурентних сил на ринку), вітчизняні виробники на перше місце ставлять поведінку наявних конкурентів. Потім - вплив споживачів, та приблизно на однаковому рівні знаходяться загрози залежності від постачальників та появи нових конкурентів. Фактором, який найменше впливає на

конкурентне середовище хлібопекарської галузі є сила товарів-замінників на поведінку кінцевих споживачів. Що свідчить про зростання рівня конкуренто- та клієнтоорієнтованості хлібопекарських підприємств України, це можна розцінити як позитивний момент внаслідок загострення конкуренції.

Таблиця 2.2

**Характеристика PEST-факторів макросередовища
хлібопекарських підприємств**

Група факторів	Прояв основних факторів	Характер впливу*	Сила впливу**
Політичні	Загальна політична ситуація;	-	3
	антимонопольне законодавство;	+/-	3
	податкове законодавство;	-	4
	нормативне регулювання;	+/-	4
	економічна політика держави	+/-	3
Економічні	Темпи зростання економіки;	+	4
	рівень доходів в економіці;	+/-	5
	рівень інфляції;	-	5
	курс національної валюти	+/-	4
Соціальні	Чисельність населення	-	4
	(споживачів); міграція населення;	+/-	3
	спосіб життя споживачів;	+/-	4
	цінності та уподобання споживачів	+	4
Технологічні	Швидкість змін технологій у галузі;	+	3
	поява нових продуктів;	+	3
	державна технологічна політика	+/-	4

Примітки: * «+» сприяє розвитку, «-» - перешкоджає розвитку, «+/-» - вплив неоднозначний. ** Оцінюється за S - бальною шкалою, де 0 - вплив відсутній, 5 - визначальний вплив.

Джерело: Авторська розробка.

Ключовими чинниками, що впливають на вибір хлібопекарськими підприємствами конкурентної стратегії, є:

- ринкова позиція та розмір підприємства;
- конкурентні стратегії конкурентів;
- інтенсивність конкурентної боротьби на цільових ринках;

- наявність достатніх фінансових, технічних, матеріальних, трудових та інших видів ресурсів;
- поточний позитивний імідж підприємства;
- бачення подальшого розвитку підприємства його вищим керівництвом та власниками;
- гнучкість організаційної, виробничої та управлінської структур підприємства.

Таблиця 2.3

Стратегічні активи та здатності хлібопекарських підприємств

Група стратегічних активів	Назва підприємства					
	Київхліб	ХК «Хлібні інвестиції»	Концерн «Хлібпром»	Запорізький хлібокомбінат	Одеський коровай	Херсонський хлібокомбінат
Переважаючи активи						
Фінанси	4	4	4	4	4	4
Технології	5	5	5	4	4	4
Основні засоби	5	5	5	4	4	4
Місце розташування	5	5	5	5	5	5
Дистрибуція	5	5	5	4	4	4
Конкурентна позиція	5	5	5	4	4	4
Знання підприємства	5	5	5	5	5	5
Репутація	4	5	5	4	4	4
Відмітні здатності						
Розробка товарів	5	5	5	5	5	5
Виробництво	5	5	5	5	5	5
Фінансовий менеджмент	4	4	4	4	4	4
Маркетинг і продаж	4	5	5	4	4	4

Джерело: авторська розробка.

Результати оцінювання стратегічних активів та здатностей ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат», свідчать про те, що підприємства - лідери національного ринку за рівнем розвитку техніко-технологічної бази, організаційних ресурсів та персоналу, забезпеченості фінансовими та

інформаційно-інтелектуальними ресурсами мають гарний потенціал для розвитку. Підприємства – локальні лідери мають нижчий рівень стратегічних ресурсів, що зумовлено меншими фінансовими можливостями та можливостями щодо залучення новітніх техніко-технологічних та інформаційно-інтелектуальних ресурсів.

Для ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» характерна наявність ряду внутрішніх проблем, які обумовлюють особливості їх розвитку і, безумовно, відбиваються на формуванні стратегій конкуренції. Це такі питання, як нестача фінансових коштів для розвитку підприємства, пошук шляхів скорочення витрат, підвищення якості продукції, впровадження нових технологій та інновацій.

Сильними сторонами ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» є:

- висококваліфікований персонал;
- менші витрати в порівнянні з конкурентами;
- закупка сировини по різним постачальникам;
- управління якістю;
- репутація серед споживачів.

В умовах, коли зовнішнє середовище є досить динамічним, адаптація підприємства до умов макро-, та мікро- середовища досить актуальна. Головним елементом зайняття правильного стратегічного положення підприємством на ринку стає точне прогнозування змін, які відбуватимуться як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі підприємств, що надалі стане інформаційним підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень. Проте основна складність при проведенні аналізу впливу зовнішнього середовища – це складність в доступності кількісної та якісної інформації, яка могла б з високою долею точності охарактеризувати оточення підприємства, що аналізують.

2.3. Оцінка прибутковості ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» та чинників його розвитку

Абсолютним вимірником прибутковості підприємства є прибуток, його наявність свідчить про ефективність діяльності, але лише за значенням прибутку неможливо визначити її рівень. Для цього потрібно співставити показник прибутку з показником витрат ресурсів і за відносним значенням визначити рівень прибутковості підприємства [10, с. 366].

Прибуток – це різниця між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції. Прибуток: «Є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал для досягнення певного комерційного успіху, проте він характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності» [40, с. 265].

Загальний прибуток підприємства є кінцевим результатом діяльності підприємства. У його складі враховують прибуток від усіх видів діяльності підприємства: валовий прибуток, прибуток від реалізації товарної продукції (робіт, послуг), прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності та прибуток від надзвичайної діяльності. Крім того, розраховують чистий прибуток (прибуток, що залишається в розпорядженні підприємств). Основним складником загального прибутку є прибуток від реалізації товарної продукції. Він зазвичай становить понад 95% загального прибутку [20, с. 221].

Джерелами інформації для проведення аналізу показників прибутковості підприємства є:

Форма №1 «Баланс підприємства» (Додаток Б);

Форма №2 «Звіт про фінансові результати» (Додаток В);

Розглянемо основні показники, які використовуються для розрахунку прибутку компанії ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за останні три роки (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Основні показники для розрахунку прибутку компанії ПрАТ
«Херсонський хлібокомбінат» за 2017 – 2019 роки**

№	Показник	2017	2018	2019
1	Сукупний капітал	43249	48029	57340
2	Власний капітал	12665	18415	25421
3	Чистий дохід від реалізації продукції	143619	168506	165920
4	Валовий прибуток	32039	44027	46948
5	Прибуток від операційної діяльності	4301	8352	9317
6	Чистий прибуток	2103	5750	7006

Складено на основі [29].

З метою більш якісного аналізу показників, розрахуємо відхилення між зазначеними періодами (див табл. 2.4)

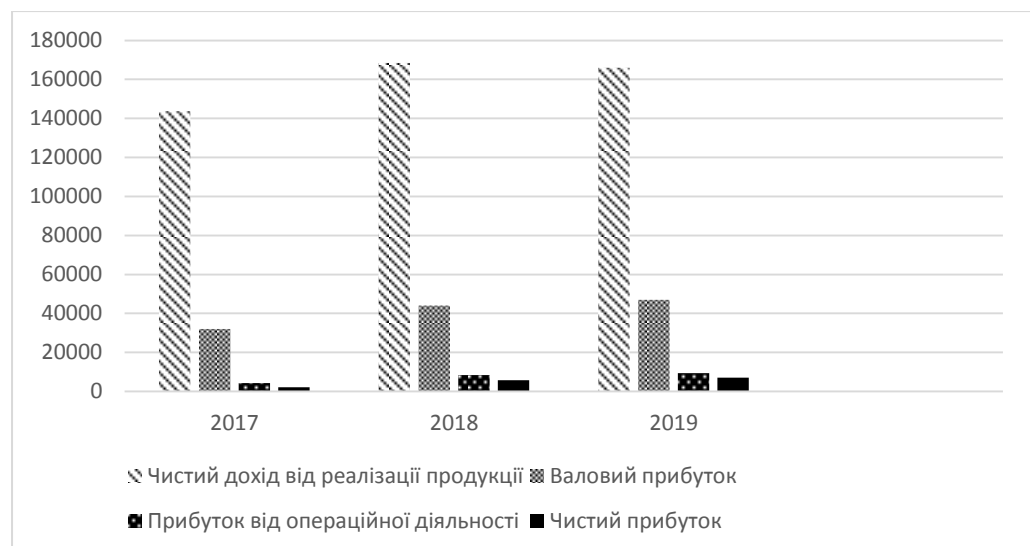


Рис. 2.2. Динаміка змін показників прибутку та доходу ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за 2017 – 2019 роки

Складено на основі [29].

Таблиця 2.5

**Динаміка змін показників для розрахунку прибутку компанії
ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за 2017 – 2019 роки**

№	Показник	Відхилення +/-			
		2017-2018		2018-2019	
		тис.грн	%	тис.грн	%
1	Сукупний капітал	4780	11,05	9311	19,39
2	Власний капітал	5750	45,41	7006	38,05
3	Чистий дохід від реалізації продукції	24887	17,33	- 2586	- 1,56
4	Валовий прибуток	11988	37,42	2921	6,63
5	Прибуток від операційної діяльності	4051	94,19	965	11,55
6	Чистий прибуток	3647	173,42	1256	21,84

Розраховано за даними фінансової звітності підприємства [29].

Отже, як свідчать дані табл. 2.5, найбільше зростання характерне для показника чистого прибутку. Він виріс на 173,4% за період 2017 – 2018 року та на 21,8 % за 2018 – 2019 роки. Достатнім є також зростання таких показників як: власний капітал (45,4% за перший період та 38,1% за другий), прибуток від операційної діяльності (94,2% та 11,6% відповідно) та валового прибутку (37,4% та 6,6% відповідно).

Не великим було зростання показників сукупного капіталу (11,1% на 2018 рік та 19,4% на 2019 р.) і чистого доходу від реалізації продукції. Рівень останнього на 2019 рік різко скоротився в порівнянні з минулим роком та майже досяг від'ємного значення –1,6%.

Отже, прибутковість характеризується прибутком та рентабельністю. Існують різні підходи до визначення показників рентабельності. У цілому рентабельність більш змістовно, ніж прибуток, зображають кінцеві результати господарювання.

У процесі аналізу рентабельності підприємства можуть бути використані різні методи економічного аналізу, які дозволяють отримати кількісну та якісну оцінки. До таких методів належать: горизонтальний і вертикальний аналіз, факторний аналіз, порівняльний аналіз, а також аналіз коефіцієнтів [20, с. 385].

Горизонтальний аналіз дозволяє досліджувати динаміку показників рентабельності в часі та встановити закономірності й тенденції. У процесі його проведення визначають темпи зростання та приросту окремих видів прибутку.

Порівняльний аналіз полягає в зіставленні значень аналогічних показників рентабельності між собою. Так у процесі застосування такого аналізу визначаються абсолютні та відносні відхилення порівнюваних показників [37, с. 78].

За допомогою факторного аналізу визначають вплив чинників на результативний показник. Аналіз коефіцієнтів передбачає співвідношення абсолютних показників між собою, при цьому розраховують різні відносні показники, які відображають окремі аспекти формування, розподілу та використання прибутку організації.

Слід зауважити, що для того, щоб обрати одну з багатьох методик аналізу показників рентабельності підприємства, яка буде найбільш ефективною та найдієвішою, необхідно дослідити декілька наявних методик.

Прихильники першої методики аналізу рентабельності підприємства вважають, що: «На першому етапі необхідно оцінити рентабельність реалізованої продукції. На другому - проаналізувати рентабельність капіталу, тобто оцінити ефективність використання власних засобів. А останньому етапі проводять аналіз і пошук резервів зростання рентабельності підприємства й розробляють засади щодо реалізації виявлених резервів» [3, с. 159].

На думку інших науковців, на першому етапі необхідно проаналізувати прибутковість продукції (аналіз рентабельності звичайної діяльності, аналіз рентабельності продажу, аналіз рентабельності операційної діяльності). Потім на другому етапі доцільно проводити аналіз прибутковості майна підприємства та його частин (аналіз рентабельності основних засобів, аналіз рентабельності всього капіталу (активів) та інших необоротних активів). На наступному етапі потрібно аналізувати показники прибутковості використаного капіталу (аналіз рентабельності перманентного капіталу, аналіз рентабельності власного капіталу). На останньому етапі здійснюють аналіз та пошук резервів зростання рентабельності підприємства та розробляють засади щодо реалізації виявлених резервів [8, с. 12].

Слід відзначити, що прихильники як першої, так і другої методик аналізу рентабельності підприємства виділяють у своїх методиках заключним етапом пошук резервів зростання рентабельності підприємства.

При аналізі коефіцієнтів рентабельності на практиці зазвичай використовують факторну модель фірми «DuPont» (Дюпон). За допомогою цієї моделі визначають фактори, які найбільше впливають на ефективність роботи підприємства та оцінюють цей вплив. Оскільки існує значна кількість показників рентабельності, аналітики цієї фірми обрали один, який на їхню думку, більш значущий – це рентабельність власного капіталу [1].

За цією методикою відбувається «розщеплення» основних показників на фактори, їх складові, що потім дає змогу визначити та надати порівняльну характеристику причин, які мали вплив на зміну того чи іншого показника та простежити динаміку цих змін. Для того, щоб зробити аналіз необхідно змодельювати факторну модель коефіцієнта рентабельності власного капіталу. Модель фірми «DuPont» схематично зображено на рис. 2.3.

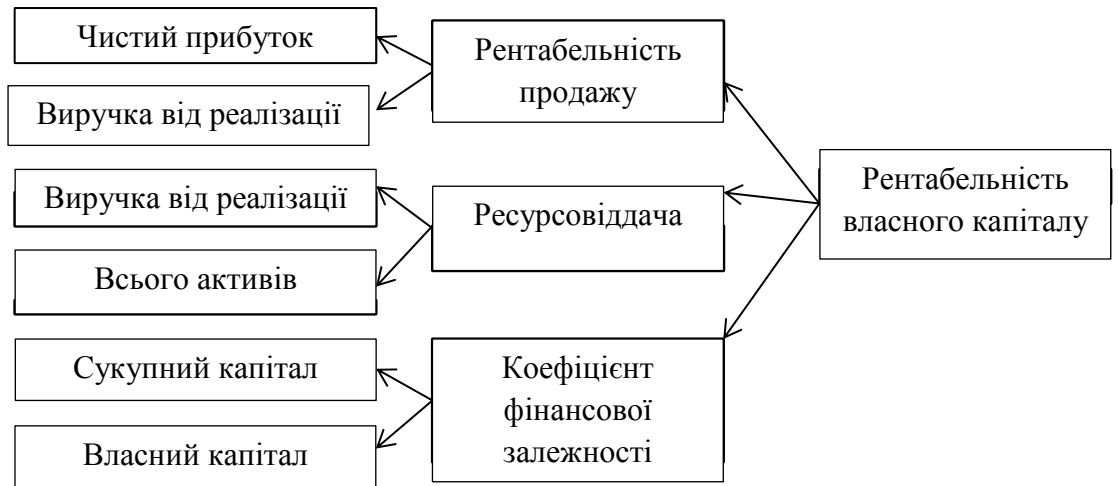


Рис. 2.3. Модифікована схема факторного аналізу «DuPont» [1].

В основі наведеної схеми аналізу закладена наступна детермінована модель:

$$R_{ROE} = R_{NPV} * P_B * k_z, \quad (2.1)$$

де, P_B – ресурсовіддача:

$$P_B = \frac{\text{Дохід від реалізації}}{\text{Всього активів}}, \quad (2.2)$$

R_{NPV} – чиста рентабельність продажу:

$$R_{NPV} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Дохід від реалізації}}, \quad (2.3)$$

k_z – коефіцієнт фінансової залежності:

$$k_z = \frac{\text{Сукупний капітал}}{\text{Власний капітал}}. \quad (2.4)$$

Важливість цих показників можна пояснити тим, що вони узагальнюють найважливіші сторони фінансово-господарської діяльності : R_{NPV} – узагальнює звіт про фінансові результати підприємства; P_B – актив балансу та ефективність його використання; k_z – пасив балансу та оптимальність його структури.

З метою виявлення тенденцій та закономірностей, аналіз факторних показників моделі «DuPont» для ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» було проведено в динаміці за три роки – з 2017 по 2019 рр., на основі фінансової звітності за відповідні періоди [29], а також враховуючи цілі функціонування та галузевої приналежності досліджуваного підприємства. Результати розрахунків наведено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Аналіз факторних показників моделі «DuPont» для ПрАТ
«Херсонський хлібокомбінат» за 2017-2019 рр.**

Показник	Абсолютне значення показника			Абсолютний приріст (+,-)	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2017-2018	2018-2019
Дохід від реалізації, тис. грн	143619	168506	165920	24887	-2586
Чистий прибуток, тис. грн	2103	5750	7006	3647	1256
Всього активів, тис. грн	43249	48029	57340	4780	9311
Власний капітал, тис. грн	12665	18415	25421	5750	7006
Чиста рентабельність продажу, тис. грн	0,014	0,034	0,042	0,020	0,008
Ресурсовіддача	3,321	3,508	2,894	0,187	-0,614
Коефіцієнт фінансової залежності	3,415	2,608	2,256	-0,807	-0,352
Рентабельність власного капіталу	0,158	0,311	0,274	0,153	-0,037

Отже, рентабельність власного капіталу у 2018 р., в порівнянні з 2017 р., зросла на 0,153, а в 2019 році, в порівнянні з 2018 р., знизилась на 0,037. Така ситуація зумовлена, головним чином, зменшенням доходу від реалізації продукції відповідному році.

Ресурсовіддача у досліджуваному періоді також має негативну тенденцію до зменшення, що свідчить про зниження ефективності використання економічного потенціалу. Зменшення рівня коефіцієнта фінансової залежності свідчить про посилення незалежності від зовнішніх кредиторів, про ступінь фінансової надійності підприємства і довіри до нього з боку банків і населення.

Наступним кроком аналізу є оцінка ступеню впливу кожного з трьох показників-факторів на результуючий показник моделі - рентабельність власного капіталу. Це можна зробити за допомогою методу ланцюгових підстановок.

Результати аналізу впливу факторів на рівень рентабельності власного капіталу ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за 2017 - 2019 рр. подано в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

**Аналіз впливу факторів в моделі «DuPont» для ПрАТ
«Херсонський хлібокомбінат» в динаміці за 2017 - 2019 рр.**

Підстановки, роки	Чиста рентабельність продажу	Ресурсо- віддача	Коефіцієнт фінансової залежності	Рентабельність власного капіталу	Вплив фактора (-,+)
2017	0,014	3,321	3,415	0,158	-
1-ша підстановка	0,034	3,321	3,415	0,386	+ 0,228
2-га підстановка	0,034	3,508	3,415	0,407	+ 0,021
2018	0,034	3,508	2,608	0,311	- 0,096
3-тя підстановка	0,042	3,508	2,608	0,384	+ 0,073
4-та підстановка	0,042	2,894	2,608	0,316	- 0,068
2019	0,042	2,894	2,256	0,274	- 0,042

Проведений аналіз впливу факторів за моделлю «DuPont» для ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» в динаміці за 2017-2019 рр. дає змогу побачити, що найбільший позитивний вплив на зміну показника рентабельності власного капіталу у 2017 р., в порівнянні з 2018 р., має показник чистої рентабельності продажу, що допомогло збільшити цей показник на 0,228, при цьому, зміна показника фінансової залежності вкрай негативно вплинула на результуючий показник моделі, знизивши його значення на 0,096. Вже у 2019 р., в порівнянні з 2018 р., можемо спостерігати значний негативний вплив показника ресурсовіддачі, зменшення якого спричинило зниження відповідного результуючого показника.

Отже, на основі проведеного факторного аналізу ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» за моделлю «DuPont» було виявлено, що найбільший вплив на рентабельність власного капіталу підприємства має рентабельність продажу, а також отримувані прибутки (збитки). Отримані результати свідчать про зменшення частки позикових коштів відносно власних, а також про зменшення залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

Результати дослідження підтверджують, що у підприємства є невикористані можливості, які необхідно виявити та врахувати в майбутньому, забезпечуючи тим самим додаткове збільшення прибутку за рахунок зростання рентабельності власного капіталу, наприклад, шляхом зниження витрат, або за рахунок оптимізації структури активів, підвищення ефективності використання всіх ресурсів, зміцнення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Забезпечення ефективної господарської діяльності можливе тільки за умови здійснення постійного моніторингу всіх сфер господарської діяльності, а також при умові розробки та реалізації заходів, які б дозволяли формувати потенціал високих темпів приросту, забезпечували

б постійний ріст власного капіталу, гарантуючи стабільний економічний розвиток товариства.

Також в економічній практиці для аналізу рентабельності підприємства використовують такі, не менш важливі, показники:

1. Рентабельність продукції (товарів, робіт, послуг). Цей показник розраховується як відношення валового прибутку від продажу до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

$$2017 \text{ р.: } P_{\Pi} = \frac{32039}{111580} \times 100 \% = 28,71\%;$$

$$2018 \text{ р.: } P_{\Pi} = \frac{44027}{124479} \times 100 \% = 35,37\%;$$

$$2019 \text{ р.: } P_{\Pi} = \frac{46948}{118954} \times 100 \% = 39,47\%.$$

Рентабельність продукції (товарів, робіт, послуг) в 2019 р. порівняно з 2017 р. зросла на 10,76%. Це є позитивним значенням, адже з однієї гривні понесених витрат у 2017 році підприємство отримувало 2 грн 87 коп. валового прибутку, а у 2019 році отримує 3 грн 95 коп. Ріст відбувся за рахунок збільшення валового прибутку в 1,5 рази.

2. Рентабельність операційної діяльності. Визначається відношенням прибутку від операційної діяльності до величини операційних витрат та характеризує прибутковість операційної діяльності. Демонструє, скільки прибутку припадає на 1 грн. понесених операційних витрат, тобто вигідність для підприємства виробництва чи виконання робіт, надання послуг, продажу товарів, понесених інших витрат операційної діяльності.

$$2017 \text{ р.: } P_{\text{од}} = \frac{4301}{141427} \times 100 \% = 3,04\%;$$

$$2018 \text{ р.: } P_{\text{од}} = \frac{8352}{156883} \times 100 \% = 5,32\%;$$

$$2019 \text{ р.: } P_{\text{од}} = \frac{9317}{155447} \times 100 \% = 5,99\%.$$

Отже, аналізуючи отримані дані, бачимо, що рентабельність операційної діяльності у 2019 році в порівнянні з 2017 роком зросла на

2,99%. Це відбулось за рахунок збільшення фінансового результату від операційної діяльності більше ніж в 2 рази.

3. Рентабельності капіталу (активів). Розраховується відношенням чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості активів підприємства.

$$2017 \text{ р.: } P_a = 2103 : ((35711 + 43249) : 2) = 0,053;$$

$$2018 \text{ р.: } P_a = 5\,750 : ((43249 + 48029) : 2) = 0,126;$$

$$2019 \text{ р.: } P_a = 7\,006 : ((48029 + 57340) : 2) = 0,138.$$

Зробивши вищенаведені обчислення, спостерігаємо ситуацію, яка говорить про те, що підприємство отримало у 2017 році прибуток на активи у розмірі 0,053 (або ж 5,3 %), а саме 5 коп. за одну гривню активів. У 2018 році даний коефіцієнт дещо зріс, та склав 0,13 (або ж 13 %), тобто підприємство отримало 13 коп. за одну гривню активів, 2019 року рентабельність від'ємна - 0,14. З огляду на те, що рентабельність активів формується під впливом всіх внутрішніх та зовнішніх факторів, резерви підвищення показника можуть знаходитися у всіх сферах роботи підприємства. Загалом, необхідно працювати в напрямку зниження суми витрат і підвищення доходів.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»

3.1. Шляхи підвищення ефективності розподілу прибутку ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»

В умовах функціонування ринкової економіки України механізм розподілу прибутку має велике значення, адже у ньому відображається ефективність господарської діяльності, від нього залежить дієвість господарської самостійності й самофінансування підприємств. Від удосконалення форм і методів розподілу прибутку залежить зацікавленість підприємств та окремих працівників у постійному підвищенні ефективності діяльності та покращенні кінцевих фінансових результатів.

ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» самостійно визначає напрями розподілу та використання прибутку. Причому розподіл прибутку здійснюється відповідно до спеціально розробленої програми його формування, що є однією з найскладніших задач загальної політики управління прибутком підприємства.

Дослідивши процес формування та розподілу прибутку, виникає необхідність в його удосконаленні, що передбачає вирішення наступних завдань:

- вдосконалити методичку загального та факторного аналізу формування та використання прибутку;
- розглянути та вдосконалити класифікацію фінансових результатів та прибутку;
- розглянути систему контролю та розробити заходи щодо удосконалення контролю за формуванням фінансових результатів підприємства;

- правильне обчислення прибутку на підприємстві, використовуючи прямий та аналітичний методи тощо.

Основними шляхами покращення розподілу цільової структури використання прибутку підприємства є:

- визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить до подальшого розвитку підприємства та покращення фінансових результатів від діяльності підприємства;

- оптимізація розміру коштів, спрямованих на фонд споживання, зокрема грошових коштів, спрямованих на матеріальне заохочення працівників, що сприятиме підвищенню продуктивності праці і, як наслідок, – розміру прибутку у майбутні періоди, а також соціального розвитку підприємства;

- розрахунок оптимального розміру резервного фонду та скерування коштів на забезпечення його збільшення;

- оптимізація коштів, що спрямовуються в інші цільові фонди та на інші цілі;

- забезпечення умов діяльності підприємства за яких прибуток, який підлягає розподілу підприємства, не буде використовуватися для сплати підприємством штрафних санкцій;

- складання детального плану використання та розподілу прибутку підприємства з визначеними датами та конкретним кошторисом;

- проведення чіткого контролю за виконанням поставлених завдань у плані використання та розподілу прибутку;

- постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів;

- проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

Отже, для ефективного управління підприємством у цілому й таким важливим показником, як прибуток, зокрема, необхідно здійснювати розподіл прибутку підприємства відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею. Ця політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників.

3.2. Заходи щодо підвищення рівня прибутковості діяльності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»

Підвищення прибутковості – це одне з основних завдань діяльності кожного підприємства. Тому на підприємстві зазвичай передбачаються певні заходи щодо її збільшення. Заходи також повинні збільшувати ефективність господарської діяльності, враховувати специфіку суб'єкта господарювання та певні факторів, серед яких:

- 1) внутрішні фактори: фінансові фактори, матеріально-технічні фактори, організаційно-управлінські фактори, кадрові фактори;
- 2) зовнішні фактори: адміністративні фактори; ринкові фактори; зовнішньоекономічні фактори [9, с. 115].

В процесі аналізу господарсько-фінансової діяльності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» з'ясовано, що головними внутрішніми і зовнішніми чинниками для проведення заходів щодо підвищення рівня прибутковості діяльності підприємства є такі:

1. Соціально-економічна політика держави. Сьогодні хлібопекарська галузь України перебуває у досить незадовільному стані, який набуває національного масштабу і створює загрозу для добробуту та економічної стабільності населення країни. В умовах стрімкого росту цін на всі складові собівартості виробництва хліба уряд, а також місцеві

органи влади здійснюють тиск на підприємства відповідної галузі. Ручне регулювання рентабельності, жорстке, а часом і брутальне, втручання органів місцевої влади в діяльність підприємств, а також адміністративний тиск з боку обласних державних адміністрацій із залученням силових органів, регіональних відділень Антимонопольного Комітету України з метою недопущення підвищення цін на хлібобулочну продукцію практично унеможливають нормальний режим роботи хлібокомбінатів.

Замість розробки комплексних програм щодо вирішення загальнонаціональної проблеми місцеві органи влади обтяжують діяльність підприємств численними неплановими перевітками силових та контролюючих органів та накладають величезні штрафи, перешкоджаючи роботі виробників.

Можна запропонувати такі заходи щодо стабілізації несприятливої ситуації на хлібопекарському ринку:

- продовжувати інтервенції борошна з державного продовольчого резерву на виробництво хліба масового вжитку. Узгодити графіки надходження у регіони борошна, виробленого із зерна державних ресурсів, які затвердити спільним наказом Мінагрополітики, Держкомрезервом та Аграрним фондом;

- з метою підтримки хлібопекарських підприємств підготувати проект постанови Кабінету Міністрів України про зняття обмеження рівня рентабельності на борошно вищого сорту, хліба та хлібобулочних виробів з нього, а також зняття декларування оптово-відпускних цін на борошно вищого сорту;

- формувати економічно обґрунтовані ціни на хліб та хлібобулочні вироби з урахуванням зростаючих витрат на його виробництво;

- розробити систему заходів щодо поступового переходу на вільне ціноутворення на ринку хліба та хлібобулочних виробів, що дозволяє ринкова модель господарювання;

- запровадити державне регулювання виробництва соціального хлібу шляхом: прямих цільових дотацій виробнику, постачання здешевленого борошна для його виробництва та прямої грошової дотації малозабезпеченим верствам населення;
- впровадити регулювання рентабельності соціальних сортів хліба (вироби простої рецептури із борошна пшеничного першого, другого гатунків та суміші борошна житнього обдирного та пшеничного першого та другого гатунків без додавання жирів, масла, цукру);
- доручити Антимонопольному комітету України розробити нову методику визначення монополістів на ринку хліба, яка буде ґрунтуватись на реальних обсягах виробництва готової продукції виробниками усіх форм власності, з урахуванням біологічної норми споживання хліба на душу населення та чисельності населення у всіх регіонах;
- ввести в практику (прийняти відповідну постанову Кабінету Міністрів) щоквартальну індексацію цін на продукцію хлібопекарських підприємств в межах індексу інфляції за відповідний період;
- розробити ефективний механізм протидії тіншовій (прихованій діяльності) суб'єктів ринку хліба та хлібобулочних виробів й сприяння його легалізації;
- з метою зменшення цін на хліб та хлібобулочні вироби розглянути питання та внести зміни до проекту Податкового кодексу України, передбачивши встановлення пільгової ставки податку на додану вартість при реалізації хліба та хлібобулочних виробів.

2. Планування. Якщо план із прибутку складено на належному рівні, професійно грамотно, підприємство має змогу правильно визначити обсяг платежів до державного бюджету і суму прибутку, що залишається в його розпорядженні з метою створення фінансової бази для розвитку діяльності, необхідних витрат на розвиток інноваційно — інвестиційної діяльності, стимулювання персоналу і власників.

3. Ефективність використання витрат. Аналіз ефективності витрат повинен зайняти центральне місце у формуванні системи управління ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат». Результати аналізу можуть бути використані в оцінці ефективності роботи підприємства.

Покращення системи управління витратами в ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» повинне бути комплексним, враховуючи пропозиції до всіх складових стійкого розвитку. Формування бажаної моделі управління витратами включає такі етапи:

- виявлення існуючих проблем формування та контролю витрат підприємства;
- розробку системи норм і нормативів по позиціях статей витрат;
- запровадження системи планування, контролю, розрахунку і – факторного аналізу відхилень фактичних даних від планових;
- удосконалення інформаційної системи;
- адаптації документообороту до обраної інформаційної системи.

Так, собівартість продукції на підприємствах хлібопекарської галузі України приблизно на 80 % складається з вартості сировини і матеріалів, тому особливу увагу доцільно приділяти зменшенню саме цих витрат. Так як вартість борошна формує біля 60-70 % собівартості, то, в першу чергу, варто забезпечити обґрунтування прогресивних норм використання цієї сировини. Крім того, доцільним є жорсткий вхідний контроль якості як борошна, так і всіх видів матеріалів, що безпосередньо сприятиме зменшенню браку та підвищенню якості кінцевої продукції

4. Взаємовідносини зі споживачами. Частка продажу хліба і хлібобулочних виробів у загальній реалізації продовольчих товарів протягом 3-х років постійно знижувалась. Дані Державної служби статистики України Зміни кількості населення в довготривалому періоді свідчить про зменшення чисельності жителів України. Ця тенденція

призводить до зниження числа потенційних споживачів підприємств харчової промисловості, до зниження виробництва.

Тенденції на хлібопекарському ринку визначаються також традиціями харчування і соціальною структурою суспільства. Поява оригінальних продуктів, з якими споживають хліб, нові можливості побутової техніки, спосіб життя, при якому дедалі менше часу витрачається на процес приготування їжі – усі ці чинники дають змогу підприємствам, які працюють на хлібопекарському ринку, знайти той напрямок, який дасть змогу утриматись, розвиватись, приносити користь собі і людям.

Підприємства мають здійснити перехід на ширший асортимент виробів або зорієнтувати свою увагу на сегменти ринку, які раніше залишалися поза їх увагою.

Необхідно налагоджувати ефективний комунікаційний зв'язок зі споживачем через інтенсивну рекламну кампанію (бігборди, інформаційні листівки щодо властивостей хліба з лікувальними, профілактичними та дієтичними властивостями у лікарнях міста та області, спортивних закладах, участь у виставках, ярмарках, проведення дегустацій хлібобулочних виробів преміум-сегменту).

5. Впровадження інновацій. Так, технологічне переозброєння підприємств має передбачити заміну устаткування та автоматизацію технологій. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найістотніший вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції. За принципом ланцюгової реакції вони спричиняють суттєві (нерідко докорінні) зміни в технічному рівні та продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці та кваліфікації кадрів тощо.

Устаткуванню належить провідне місце в програмі підвищення ефективності діяльності хлібопекарської галузі. Продуктивність діючого

устаткування залежить не тільки від його технічного рівня, а й від належної організації ремонтно-технічного обслуговування, оптимальних строків експлуатації, змінності роботи, завантаження в часі тощо. Інноваційні проекти мають стосуватися випуску нової продукції та сприяти зниженню матеріаломісткості та енергоємності виробництва. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності діяльності, якщо вирішуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції, здійснюється раціоналізація управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання

6. Працівники. Основним джерелом і визначальним чинником зростання ефективності діяльності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» є працівники - керівники, менеджери, спеціалісти, робітники. Ділові якості працівників, підвищення продуктивності їхньої праці багато в чому зумовлюється діловим мотиваційним механізмом на підприємстві, підтриманням сприятливого соціального мікроклімату.

Підвищення продуктивності праці забезпечується використанням мотиваційних програм для працівників, координацією управлінських процесів, вдосконаленням методів праці та заміною стилю управління. Для підприємств хлібопекарської промисловості розв'язання проблеми ефективного використання трудового потенціалу є одним зі шляхів підвищення ефективності ведення господарської діяльності. Моніторинг потенційних можливостей своїх працівників, рівня й ефективності використання трудового потенціалу є основою для прийняття управлінських рішень щодо відповідності продуктивності й оплати праці, коригування напрямів розвитку трудового потенціалу, поліпшення умов його реалізації, соціального забезпечення, розвитку господарської діяльності підприємства з врахуванням резерву невикористаних можливостей працівників.

Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми управління характеризують ефективну організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну спеціалізацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності (продуктивності) підприємств. За переважання трудомістких процесів більш досконалі методи роботи стають достатньо перспективними для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства.

Постійне вдосконалення методів праці на хлібо заводах має передбачати систематичний аналіз стану робочих місць та їх атестацію, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого на інших підприємствах позитивного досвіду. Стиль управління, що поєднує професійну компетентність і високу етику взаємовідносин між людьми, впливає на всі напрями діяльності підприємства. Від нього залежить, у якій мірі враховуватимуться зовнішні чинники зростання ефективності. Відтак належний стиль управління як складовий елемент сучасного менеджменту є дійовим чинником підвищення розвитку діяльності підприємства.

Так, 2017 року середня кількість працівників на підприємстві складала 521 співробітники, а 2019 року вже - 444 співробітники. На сьогодні нестача фахівців складає 28%.

Задля вирішення цієї проблеми необхідно провести ефективну політику заробітної плати. Вона повинна:

- забезпечити належний рівень оплати праці для полегшення найму робочої сили і підтримання оптимальної структури кадрів;
- спонукати працівників до кар'єри в середині підприємства, забезпечуючи гідну оплату за додаткову відповідальність, удосконалення кваліфікації.

Також потрібно формувати нові або удосконалювати існуючі системи мотивації. Визначивши, який тип працівників переважає в

компанії, можна розробити рекомендації по створенню оптимальних умов, при яких буде забезпечена максимальна віддача.

Ці шляхи допоможуть підприємству ефективно управляти плинністю кадрів і тримати її на належному рівні.

7. Ділова репутація. Одержувати додатковий прибуток і підвищити рентабельність підприємству дозволяє висока ділова репутація. Вчасні розрахунки з постачальниками, фінансовими організаціями, якість та швидкість наданих товарів і послуг з урахуванням потреб ринку, прийнятна ціна — основні її показники.

Отже, прибуткове функціонування хлібопекарських підприємств є підсумком грамотного, умілого управління всім комплексом факторів, що впливають на результати їх виробничо-господарської діяльності. Можна запропонувати наступні шляхи зростання прибутковості підприємств хлібопекарської галузі: надання часткової компенсації вартості складного технологічного обладнання вітчизняного виробництва, удосконалення асортименту продукції, раціоналізація використання усіх виробничих ресурсів, удосконалення збутової системи та створення гнучкої системи стратегічного управління.

Лише вміле використання всієї системи перелічених вище чинників допоможе забезпечити достатні темпи зростання ефективності діяльності ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат». А також сприятиме впровадженню наявних на підприємстві резервів зростання прибутку та рентабельності.

ВИСНОВКИ

Будь-яка підприємницька діяльність не може стати перспективною, якщо її фінансовий результат є від'ємним та не характеризується позитивною динамікою до зростання. Виходячи із цього, увага кожного керівника все більше зосереджується на обсягах отриманого прибутку та на показниках прибутковості підприємства. Тому ця тема є досить актуальною, адже саме отриманий прибуток дозволяє розвиватися компанії в майбутньому.

1. В першому розділі наукової роботи було визначено сутність прибутковості та розкрито методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства. Отже, прибутковість – такий стан підприємства, який вказує на його спроможність здійснювати рентабельну діяльність, генерувати прибуток та забезпечувати платоспроможність, щоб в подальшому забезпечувати стабільне зростання та інноваційно-інвестиційний розвиток.

2. Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Дослідження наукової літератури показало, що єдиного підходу до класифікації цих показників немає. Тому було розглянуто досить широку класифікацію видів прибутку та рентабельності за різними ознаками.

3. Важливу роль у діяльності кожного підприємства відіграє планування прибутку, адже прибуток є одним із найбільш вагомих показників ефективної роботи підприємства. Але використанню прибутку передують його розподіл. Це дуже важливий економічний важіль, що забезпечує гармонізацію економічних інтересів держави, підприємств та трудового колективу.

4. У другому розділі роботи було наведено загальну характеристику підприємства, проаналізовано його зовнішнє та

внутрішнє середовище, а також зроблений аналіз показників прибутковості підприємства.

ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» складає групу компаній, які займаються виробництвом хлібобулочних, кондитерських та борошномельних продуктів. Підприємство в основному збуває виготовлену продукцію через мережу власних фірмових магазинів на території Херсонської області, а також через супермаркети та малі підприємства. Динаміка фінансово-економічних показників підприємства в цілому є позитивною.

5. Досить актуальною є проблема адаптації підприємства до умов макро-, та мікро- середовищ, адже зовнішнє середовище є досить динамічним. Головним елементом зайняття правильного стратегічного положення ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат» на ринку стає точне прогнозування змін, які відбуватимуться як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі підприємства, що надалі стане інформаційним підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень..

6. Була здійснена оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку. Були визначені показники прибутку, рентабельності, ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат». Також було досліджено динаміку більшості показників протягом 2017 - 2019 років. Підсумовуючи аналіз показників прибутковості, можна стверджувати, що всі показники є позитивними – це характеризує надійність компанії. Проте протягом трьох визначених років деякі показники мають тенденцію до зниження.

7. Для підвищення прибутковості підприємства були запропоновані наступні заходи:

- необхідно сформувати нові підходи регулювання підприємств хлібопекарської галузі, в першу чергу, з боку державних органів;
- здійснювати ефективне планування на підприємстві;
- проводити маркетингові дослідження та виявляти перспективи пошуку нових споживачів, змін у попиті;

- вжити заходів щодо зниження величини втрат підприємства на базі проведення модернізації виробництва, використання нових технологій;

- провести ефективну політику заробітної плати, формувати нові або удосконалювати існуючі системи мотивації працівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Little, P., Keene, M., Mortimer, J., & Henderson, L. Evaluating the effect of recession on retail firms' strategy using DuPont method: 2016 - 2018. AABRI Journal of Finance and Accountancy. URL: <http://www.aabri.com/manuscripts/11814.pdf>.
2. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. Харків, 2017. № 126. С. 50 –55.
3. Бачевський Б. Є., Заблодська І. В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2017. 400 с.
4. Білик М., Павловська О., Притуляк Н., Невмержицька Н. Фінансовий аналіз: навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2015. 592 с.
5. Бланк І. А. Управління прибутком [2-ге вид.]. К.: Ніка-Центр, Ельга, 2012. 752 с.
6. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Видавництво А.С.К., 2014. 400 с.
7. Бутинця Ф. Ф. Економічний аналіз: навч. посіб. Житомир : ПП «Рута», 2016. 680 с.
8. Васильєв В. В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств . *Фондовий ринок*. 2017. № 12. С. 11-14.
9. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки. *Економічний простір*. 2010. № 21. С. 312–320.
10. Гаватюк, Л. С., Перегіняк Н. М. Шляхи підвищення рівня прибутковості вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання. *Економіка та суспільство* . 2017 . № 9. С. 363-367.

11. Гавриш А. О. Класифікація прибутку як основа управління фінансовими результатами підприємств. URL: <http://elibrary.nubip.edu.ua/15877/1/12kao.pdf>
12. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посібник. К.: Центр навч. літератури, 2016. 488 с.
13. Господарський кодекс України від 16.01.2003, № 436 IV із змінами та доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>.
14. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 189–192.
15. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». 2015. 714 с.
16. Коваленко Л. О., Міхеєнко Т. В. Проблеми та перспективи розвитку хлібопекарської промисловості економіки. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2014. № 2 (22), С. 19-24.
17. Короткевич О. В. Рентабельність господарської діяльності підприємств. *Економіка і прогнозування*. 2015. №3. С. 61-69.
18. Костецька Н. І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України. *Галицький економічний вісник*. 2015. Т. 48, № 1. С. 26–31.
19. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий аналіз: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 392 с.
20. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017. 456 с.
21. Л. С. Демиденко. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. №9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2015/21.pdf.

22. Лебедева А. М. Методичні аспекти аналізу рентабельності діяльності підприємства. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова*. 2012. Т.17. Вип. 3-4. С. 29-36.
23. Москалюк В. Є. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2015. 384 с.
24. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль: книга. М.: Дело, 2003. 359 с.
25. Ноженко С. В. Врахування економічних ризиків у сценаріях розвитку підприємств харчової промисловості. *Економічні інновації* : зб. наук. пр. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2015. Вип. 59. С. 253–258.
26. Огійчук М. Ф. Сутність прибутку та підходи до методики його визначення. *Економіка АПК*. 2009. № 6. С. 31–45.
27. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. *Управління розвитком*. 2012. № 1. С. 82–84.
28. Петрович Й. М, Прокопишин-Рашкевич Л. М. Економіка і фінанси підприємства: підручник. Львів: Магнолія 2006, 2014. 406 с.
29. Публічна фінансова звітність та статут ПрАТ «Херссонський хлібокомбінат». URL: <http://hlebsks.com.ua/for-shareholders/>.
30. Туріянська М. М. Прибуток – важливе внутрішнє джерело. *Вісник ДонДУЕТ*. 2016. № 3. С. 27–29.
31. Фещенко О. П. Рентабельність суб'єктів господарювання, як складова оцінки фінансового стану. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 9. С.71-75.
32. Хікс Дж. Вартість та капітал. К.: Прогрес, 1993. 488 с.
33. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування. *Економіст*. 2016. № 3. С. 50–53.
34. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. Львів: Магнолія, 2016. 366 с.

35. Швиданенко Г. О. Економіка підприємства: підручник / за ред. Г. О. Швиданенко. К. : КНЕУ, 2014. 598 с.
36. Ширягіна О.Є. Прибуток підприємства: історичний аспект. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 12. С. 156-159.
37. Шляга О. В., Шипуля Л. І. Прибуток та рентабельність, як показники ефективності виробництва. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. № 8. С. 75-81.
38. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку / пер. з нім. В.С. Автономовта ін. К.: Прогрес, 1982. 455 с.
39. Юрчишена Л. В., Материнська О. А., Драбаніч А. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. Вінниця: Вінницька міська друкарня, 2014. 312 с.
40. Янковий А. Г., Кошельок Г. В. Фактори формування прибутку підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*: зб. наук. статей. / Ред. Зверяков М.І. та ін. Вип. 43. Одеса: ОДЕУ. 2016. С. 298- 305.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Інформація про володіння посадовими особами емітента
акціями ПрАТ «Херсонський хлібокомбінат»**

Посада	Прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи	Кількість акцій (шт.)	Від загальної кількості акцій (у відсотках)	Кількість за видами акцій	
				Прості іменні	Привілейовані іменні
1	2	4	5	6	7
Голова правління	Дуров Сергій Борисович	2 319 078	71, 391392	2 319 078	0
Член правління	Кириленко Михайло Васильович	624 774	19, 233284	624 774	0
Член правління	Голокоз Світлана Олексіївна	580	0, 017854	580	0
Член правління/ наглядової ради	Марковський Андрій Владиславови ч	513	0, 33558	513	0
Голова наглядової ради	Дурова Надія Тихонівна	75 869	2, 33558	75 869	0
Член наглядової ради	Дурова - Журавльова Аліна Володимирівн а	10	0, 000307	10	0
Голова ревізійної комісії	Саган Ольга Олексіївна	80	0, 002462	80	0
Член ревізійної комісії	Ольховенко Людмила Юріївна	300	0, 009235	300	0
Усього		3 021 504	93, 005906	3 021 504	0

Додаток Б

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2019 р.

Форма №1

Актив	Код рядка	Код за ДКУД	1801001
		На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	499	538
первісна вартість	1001	640	857
накопичена амортизація	1002	(141)	(319)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 020	1 639
Основні засоби	1010	18 234	15 130
первісна вартість	1011	47 472	48 975
знос	1012	(29 238)	(3 845)
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	(0)	(0)
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	4 369	4 369
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	24 122	21 676
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	8 541	13 016
Виробничі запаси	1101	8 087	12 540
Незавершене виробництво	1102	155	435
Готова продукція	1103	236	14
Товари	1104	63	27
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	8 951	12 854
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			

за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	15	11
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 750	8 776
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 361	952
Готівка	1166	928	803
Рахунки в банках	1167	433	149
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	289	55
Усього за розділом II	1195	23 907	35 664
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	48 029	57 340

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	812	812
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	9 156	9 156
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8 447	15 453
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	18 415	25 421
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	5 230	2 290
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0

інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	5 230	2 290
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	13 705	19 142
розрахунками з бюджетом	1620	1 833	1 539
у тому числі з податку на прибуток	1621	153	491
розрахунками зі страхування	1625	500	499
розрахунками з оплати праці	1630	1 767	1 811
одержаними авансами	1635	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	4 141	4 141
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	2 438	2 497
Усього за розділом III	1695	24 384	29 629
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	48 029	57 340

Додаток В

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)

за 2019 рік

Форма №2

I. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	Код за ДКУД	
		1801003	1801003
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	165 920	168 506
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	(0)	(0)
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(118 954)	(124 479)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	46 948	44 027
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	328	82
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(8 333)	(7 857)
Витрати на збут	2150	(28 957)	(27 359)
Інші операційні витрати	2180	(669)	(541)
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	9 317	8 352
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0

Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	65	52
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(754)	(1 379)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(84)	(13)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	8 544	7 012
прибуток			
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1 538	1 262
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	7 006	5 750
прибуток			
збиток	2355	(0)	(0)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	7 006	5 750

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	92 941	94 842
Витрати на оплату праці	2505	28 844	27 713
Відрахування на соціальні заходи	2510	6 323	6 105
Амортизація	2515	5 376	5 379
Інші операційні витрати	2520	21 963	22 844
Разом	2550	155 447	156 883

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	3 248 400	3 248 400

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	3 248 400	3 248 400
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	2,156750	1,770100
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	2,156750	1,770100
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00